

UNIVERSIDAD AMERICANA



Seminario de Desarrollo de Emprendedores

XIX Muestra Empresarial UAM 2014

AjonjoNic, S.A.

“Alimenta la vida”

Integrantes:

Nubía Aguilar Arévalo

Krisley Bolaños Pérez

Katherine López Valle

RESUMEN EJECUTIVO	1
Capítulo 1: NATURALEZA DEL PROYECTO	3
1.1 INTRODUCCIÓN	4
1.1.1. Proceso creativo	5
1.1.1.1. Lluvia de ideas	5
1.1.1.2. Matriz de selección	6
1.1.2. Justificación de la empresa.....	6
1.2 NOMBRE DE LA EMPRESA.....	7
1.2.1. Lluvia de ideas y matriz para la selección del nombre.....	7
1.2.2. Nombre seleccionado.....	8
1.3 DESCRPCIÓN DE LA EMPRESA.....	8
1.3.1. Giro de la empresa.....	8
1.3.2. Tamaño y ubicación	8
1.4 MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.....	9
1.4.1. Misión	9
1.4.2. Visión	9
1.5 VALORES	9
1.6 OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	10
1.6.1. Objetivo general	10
1.6.2 Objetivos específicos	10
1.6.2.1. Corto plazo	10
1.6.2.2. Mediano plazo	10
1.6.2.3. Largo plazo	10
1.7 LOGO Y SLOGAN	11
1.8 VENTAJAS Y DISTINGOS COMPETITIVOS	12
1.8.1. Ventajas	12
1.8.2. Distingos competitivos	12
1.9 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA.....	13
PRODUCTO DE LA EMPRESA	13
1.10.1. Nombre del producto	13
1.10.1.1. Lluvia de ideas y matriz de selección.....	13
1.10.1.2. Nombre seleccionado.....	14
1.10.2. Descripción del producto	14
CALIFICACIONES PARA ENTRAR AL ÁREA DE PRODUCCIÓN Y NEGOCIO	14
ANÁLISIS FODA	15
APOYOS.....	16
Capítulo 2: MERCADEO	17
2.1. OBJETIVOS DE MERCADO	18
2.1.1. Objetivo General	18
2.1.2. Objetivos Específicos	18

2.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	19
2.2.1. Tamaño de mercado	19
2.2.2. Consumo aparente y demanda potencial	19
2.2.3. Participación de la competencia en el mercado	19
2.3. ESTUDIO DE MERCADO	21
2.3.1. Objetivo del estudio de mercado	21
2.3.2. Encuesta tipo	22
2.3.3. Aplicación de la encuesta.....	23
2.3.3.1. Resultados y conclusiones de la encuesta	25
2.3.4. Aplicación de grupo focal.....	42
2.3.4.1. Resultados y conclusiones de grupo focal	42
2.4. DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA	43
2.5. PROMOCIÓN DEL PRODUCTO	43
2.5.1. Canal de distribución	43
2.5.2. Publicidad	44
2.5.3. Slogan del producto	45
2.5.4. Diseño del envasado	45
2.6. POLÍTICAS Y FIJACIÓN DE PRECIOS	46
2.7. PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO	49
2.8. RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO	49
2.9. SISTEMAS Y PLAN DE VENTAS	51

Capítulo 3: PRODUCCIÓN..... 52

3.1. OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN	53
3.1.1. Corto plazo	53
3.1.2. Mediano plazo	53
3.1.3. Largo plazo	53
3.2. ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO	54
3.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	55
3.3.1. Diagrama de bloques	56
3.3.2. Diagrama de flujos.....	57
3.3.3. Cursograma del proceso productivo	58
3.4. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA	60
3.5. EQUIPO, HERRAMIENTAS, TRANSPORTE Y ÁREA PRODUCTIVA.....	61
3.6. MATERIA PRIMA.....	62
3.7. IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES Y COTIZACIONES	63
3.7.1. Matriz comparativa de los proveedores	63
3.8. CAPACIDAD INSTALADA	64
3.9. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO	65
3.10. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTAS Y OFICINAS.....	66
3.11. MANO DE OBRA REQUERIDA	67
3.12. PROCEDIMIENTO DE MEJORA CONTINUA	67

3.13. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN	68
3.13.1. Diagrama de Gantt	69

Capítulo 4: ESTUDIO ORGANIZACIONAL 70

4.1. OBJETIVOS DEL ÁREA ORGANIZACIONAL	71
4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	71
4.3. ORGANIGRAMA	72
4.4. FUNCIONES ESPECÍFICAS POR PUESTO	73
4.4.1. Junta directiva	73
4.4.2. Funciones específicas por puesto	74
4.5. CAPACITACIÓN DEL PERSONAL	79
4.5.1. Reclutamiento	79
4.5.2. Selección	79
4.5.3. Contratación	80
4.5.4. Inducción	82
4.6. DESARROLLO DEL PERSONAL	82
4.6.1. Adiestramiento	82
4.6.2. Capacitación	83
4.6.3. Valores de los empleados	83
4.7. EVALUACIÓN AL DESEMPEÑO	83
4.8. RELACIÓN DE TRABAJO	84
4.8.1. Reglamento interno	84
4.9. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS	90
4.10. MARCO LEGAL DE LA EMPRESA	91
4.10.1. Registro mercantil	91
4.10.2. Dirección General de Ingresos (DGI)	93
4.10.3. Trámites municipales	93
4.10.4. Registro de marca	94
4.10.5. Certificación sanitaria y fitosanitaria	94

Capítulo 5: ESTUDIO FINANCIERO 95

5.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE FINANZAS	96
5.1.1. Corto plazo	96
5.1.2. Mediano plazo	96
5.1.3. Largo plazo	96
5.2. SISTEMA CONTABLE	97
5.2.1. Encargado contable	97
5.2.2. Catálogo de cuentas	97
5.2.3. Software a utilizar	97

5.3. FLUJO DE EFECTIVO	98
5.3.1. Costos y gastos	98
5.3.2. Determinación de la inversión inicial	99
5.3.3. Capital social	99
5.3.4. Capital de trabajo	100
5.3.5. Financiamiento	100
5.3.6. Entradas	100
5.3.7. Salidas	101
5.3.8. Depreciación	102
5.4. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	103
5.4.1. Balance general proyectado	103
5.5. PUNTO DE EQUILIBRIO	104
5.6. FLUJO DE CAJA.....	105
5.7. SUPUESTOS UTILIZADOS	105
5.8. SISTEMA DE FINANCIAMIENTO.....	105
5.9. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	107
 Capítulo 6: ANEXOS	 109
6.1. ANEXO # 1	110
6.2. ANEXO # 2	111

RESUMEN EJECUTIVO

AjonjoNic, S.A. es una empresa Nicaragüense la cual forma parte de la industria alimenticia y está dedicada a la elaboración y distribución de un complemento alimenticio a base de ajonjolí. Este complemento alimenticio es leche a base de la semilla de ajonjolí la cual gracias a sus muchos beneficios, hemos decidido enfocar nuestro mercado meta, en mujeres en etapa de gestación y lactancia, ya que consideramos es un momento primordial para las mujeres consumir nutrientes ya que no solo se alimenta ella, sino también el bebé que está en su vientre.

Refiriéndonos a la localización de **AjonjoNic, S.A.** esta tendrá sus oficinas en la ciudad de Managua Km 7 carretera Sur, teniendo así una ubicación estratégica con nuestro proveedor, el cual se encuentra localizado en León y nuestros consumidores en Managua.

Tenemos la certeza de que en Nicaragua no existen empresas que se dediquen al procesamiento del Ajonjolí de la manera que nuestra empresa lo propone, y mucho menos existe una empresa que se dedique a proporcionarle un valor agregado al ajonjolí, como por ejemplo, la leche a base de dicha semilla, por lo tanto **AjonjoNic, S.A.** propone una opción nueva y emprendedora con la semilla de sésamo, de la cual se aprovechará de manera eficiente el valor nutritivo que este grano contiene.

AjonjoNic, S.A. se encuentra contribuyendo al nivel de vida de los consumidores, ya que según estudios realizados por expertos a nivel internacional, el Ajonjolí se considera una semilla con un alto valor nutricional.

Vivimos en un mundo acelerado, donde jóvenes en edades muy tempranas como de 15 años se encuentran embarazadas y no tienen los recursos económicos para poder adquirir suplementos o complementos alimenticios naturales y sanos que les brinden los nutrientes que ellas y el feto necesitan. Por lo tanto, nuestro producto esta dirigido especialmente a mujeres embarazadas en edades de 15 a 20 años, ya que a esta edad todavía el cuerpo de las mujeres esta en desarrollo y necesita los nutrientes necesarios para poder mantenerse saludable y poder tener un embarazo sano.

AjonjoNic, S.A. les proporciona una alternativa económica, nutritiva y sana. Logrando así suplir las necesidades de estas madres jóvenes.

Nuestro producto, esta compuesto por semillas de ajonjolí, agua, miel, canela, clavo de olor y pimienta de chapa. Todos los ingredientes siendo completamente naturales y ellos mismos, le brindan a la leche los preservantes que necesita para mantenerse en buen estado.

El producto que se encuentra ofreciendo **AjonjoNic, S.A.** tiene grandes ventajas sobre al resto de productos distribuidos en Nicaragua que se orientan a este segmento de la nutrición en etapa del embarazo, ya que es un producto innovador en el campo nutricional Nicaragüense, en donde la producción y distribución es fácil.

El nombre de nuestro producto es '**NutriVid**' que se introducirá al mercado en presentación de 500 ml, comercializándose a nivel local en el municipio de Managua, logrando la distribución en puntos estratégicos que permita su crecimiento en popularidad y faciliten su adquisición y aceptación acaparando un 10% del mercado en el primer año, y produciendo la cantidad que estipula la demanda esperada.

El proveedor inicial de **AjonjoNic, S.A.** es la Cooperativa COPROEDNIC, brindándonos un quintal al valor de ochenta dólares netos (\$80). Al obtener nuestra materia prima, **AjonjoNic, S.A.** se encargará del proceso productivo y la distribución de '**NutriVid**'.

Al iniciar las operaciones en la empresa, serán los mismos accionistas los que se encargarán de los puestos de trabajo, distribuidos de la siguiente manera:

- ✚ Gerente General: Katherine López Valle.
- ✚ Gerente de Mercadeo y Ventas: Nubia Aguilar Arévalo.
- ✚ Responsable de Operaciones: Krisley Bolaños Pérez.

AjonjoNic, S.A. pretende iniciar con un solo producto pero una vez establecida en el mercado, diversificar su gama de productos para seguir satisfaciendo las necesidades nutricionales de sus clientes.

Capítulo 1

NATURALEZA DEL PROYECTO



AjonjoNic, S.A.

1.1. INTRODUCCIÓN

Nicaragua es un país con una ubicación privilegiada y con una inmensa variedad de recursos naturales que pueden ser utilizados para el desarrollo de nuevos productos. A pesar de esto, los recursos naturales que contiene Nicaragua no son utilizados de la mejor manera. Por lo tanto, hemos decidido aprovechar uno de los mayores y mejores productos de exportación de Nicaragua y proporcionarle un valor agregado para lograr la comercialización no solo de esta materia prima, sino también de nuestro producto.

La semilla de sésamo “sesamun indicum”, mejor conocida como, “ajonjolí”, es una planta anual, lo que significa que es una especie rústica y de rápido crecimiento, que posee un sistema radicular bien desarrollado, muy ramificado y fibroso. Cuyo ciclo puede variar entre 80 y 130 días.

Esta planta es rica en aceites, los cuales son de alta estabilidad dada la presencia de antioxidantes naturales como al sesamolina, sesamina y sesamol. La composición de sus aceites, varía según la variedad de ajonjolí.

La demanda de semilla de ajonjolí va en aumento cada año debido al interés comercial e industrial despertado por el alto contenido de aceite que esta pequeña semilla contiene. Por lo tanto hemos decidido aprovechar no solo los nutrientes que esta semilla posee, sino también la demanda de la población hacia alternativas saludables y naturales como las que posee el grano antes mencionado. Dando así, nacimiento a un producto que no existe todavía no solo en el mercado Nicaragüense, sino también, internacional.

Nuestro proyecto, se basará en crear leche a base de la semilla de ajonjolí. Y gracias a las propiedades que contiene la semilla, hemos descubierto que es un gran y excelente complemento alimenticio no solo para las mujeres en etapa de gestación y etapa de lactancia sino también para personas intolerantes a la lactosa, ya que se convierte en una excelente alternativa para quienes no pueden beber leche con lactosa.

1.1.1. PPROCESO CREATIVO PARA DETERMINAR EL PROYECTO

Para poder lograr una empresa de éxito se necesita considerar el nivel de innovación de la idea así como también, el mercado potencial y el requerimiento de capital.

1.1.1.1 LLUVIA DE IDEAS

No.	PRODUCTO O SERVICIO	CARACTERÍSTICAS	NECESIDAD O PROBLEMA QUE SATISFACE
1	Aceite comestible de moringa.	Aceite vegetal hecho con la planta moringa.	Aceite que ayuda a mantener en balance los niveles de colesterol en la sangre.
2	Crema corporal.	Crema corporal a base de ajonjolí.	Evita la aparición de estrías en el cuerpo y ayuda a la sequedad de la piel.
3	Leche para mujeres embarazadas.	Leche a base de ajonjolí con altos niveles de vitaminas y calcio.	Mujeres con poco acceso a bebidas nutricionales para el iniciar el desarrollo del feto. Antes y después del parto.
4	Chicle de ajonjolí.	Goma de mascar hecho de ajonjolí con sabor a menta.	Evita el estrés y ayuda a la memoria.
5	Cajas de té a base de ajonjolí.	Te natural a base de ajonjolí molido.	Ayuda a nutrir las células cerebrales, los nervios ópticos y ayuda a fortalecer los huesos.
6	PuppyWalk.	Centro especializado en paseo y masajes de caninos.	Dueños de mascotas con poco tiempo para pasear a sus mascotas.

1.1.1.2 MATRIZ DE SELECCIÓN

MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO.				
CRITERIOS	PuppyWalk	Exfoliante natural	Aceite de Moringa	Producto a base de ajonjolí
Nivel de innovación	2	2	3	5
Mercado potencial	2	3	3	4
Conocimiento técnico	5	2	2	5
Requerimiento de capital	3	5	4	5
TOTAL	12	12	12	19

1.1.1. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Hoy en día, se manifiesta una preferencia por parte de los consumidores a mejorar los hábitos alimenticios mediante el consumo de productos que no requieran un alto grado de sustancias químicas.

La razón por la cual hemos decidido formar esta empresa es debido a que en el mercado Nicaragüense, hasta el momento no se han comercializado productos hechos a base de la semilla de ajonjolí, por lo cual, **AjonjoNic, S.A.** elaborará y distribuirá productos con calidad e inocuidad a partir de dicho grano.

Los productos que **AjonjoNic, S.A.** elaborará son el resultado del aprovechamiento completo de la semilla de ajonjolí, gracias a sus excelentes propiedades, beneficios y nutrientes.

AjonjoNic, S.A. es una mediana empresa que se ha creado con el fin de aportar al desarrollo económico y social del país, ofreciendo no solo un nuevo producto al

mercado sino también nuevas plazas de empleo y pagando los impuestos correspondientes.

1.2. NOMBRE DE LA EMPRESA

Para el escogimiento del nombre de la empresa se tuvo que pasar previamente por un proceso de discusión y selección. Este proceso tomo su tiempo, ya que el nombre es la primer imagen que tendrán de nuestra empresa. Por lo que necesitamos un buen nombre para así poder obtener una buena percepción de parte de los futuros clientes.

1.2.1. LLUVIA DE IDEAS Y MATRIZ PARA NOMBRE DE LA EMPRESA

Se realizó una matriz con los supuestos nombres que denominarían a la empresa, los cuales fueron valorados por los siguientes criterios:

- Original
- Descriptivo
- Atractivo

De los tres nombres valorados en la escala del 1 al 5, siendo 5 el número más al alto, se seleccionaría el de mayor puntaje según los criterios antes mencionados. Como muestra tenemos la siguiente matriz;

MATRIZ PARA DETERMINAR EL NOMBRE DE LA EMPRESA.			
CRITERIOS	K'N'K' Ajonjolí S.A.	AJONICSA	AjonjoNic, S.A.
Original	3	3	5
Descriptivo	3	2	5
Atractivo	3	2	5
Puntaje	9	7	15

1.2.2. NOMBRE SELECCIONADO

AjonjoNic, S.A. fue el nombre seleccionado, al alcanzar el mayor puntaje.

1.3. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.3.1. GIRO DE LA EMPRESA

AjonjoNic, S.A. es una empresa manufacturera, que forma parte de la industria alimenticia que se encargará de recepcionar la materia prima, procesarla en sus diferentes variantes y distribuirla a los clientes.

1.3.3. TAMAÑO Y UBICACIÓN

AjonjoNic, S.A. es una empresa pequeña, ya que no necesita de una gran inversión inicial. En sus instalaciones laborarán 9 trabajadores. Así mismo contará con financiamiento propio y acceso a la Banca, contando con áreas contables y administrativas. Generará valor agregado al consumidor y estará orientada al mercado local y posteriormente incursionará en los departamentos de la Región del Pacífico y la Región Central.

1.4. MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA

1.4.1. MISIÓN

Ofrecer al sector más vulnerable de nuestro país productos saludables, confiables y accesibles brindando así una nueva opción a los consumidores.

1.4.2. VISIÓN

Nuestra empresa pretende ser líder en el ámbito de la producción de derivados de la semilla de ajonjolí, brindándole así valor agregado. Posicionarnos en el mercado Nicaragüense y a la vez diversificar la gama de productos con el fin de brindar mayor satisfacción a los consumidores.

1.5. VALORES DE LA EMPRESA

- ✚ Responsabilidad: Cargo u obligación moral de un asunto determinado.
- ✚ Honestidad: Cualidad de honestidad.
- ✚ Confiabilidad: Cualidad de confiable.
- ✚ Respeto: Actitud de atención

1.6. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

1.6.1. OBJETIVO GENERAL

- ✚ Producir un complemento nutricional que logre complementar el desarrollo de las mujeres en su etapa de maternidad.

1.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.6.2.1. CORTO PLAZO

- ✚ Posicionar nuestro producto en el mercado con el fin de proyectarnos como una empresa especializada en el procesamiento y diversificación de la semilla de ajonjolí.
- ✚ Ampliar nuestra fuentes de financiamiento.

1.6.2.2. MEDIANO PLAZO

- ✚ Extender la gama de productos con distintas presentaciones y características con el fin de obtener mayor satisfacción de los consumidores.
- ✚ Distribuir nuestro producto a pulperías, distribuidoras y supermercados para llegar a los consumidores de forma mas eficiente.

1.6.2.3. LARGO PLAZO

- ✚ Formalizar convenios con los entes gubernamentales y/o con las organizaciones No Gubernamentales para expandir hacia la Costa del Caribe en Nicaragua.
- ✚ Adecuar las operaciones de la empresa para iniciar tramites en donde se evalúe el cumplimiento de los requisitos para implementar las normas HCCP e ISO y lograr exportar nuestros productos.

1.7. LOGO Y SLOGAN DE LA EMPRESA



Slogan: *“Alimenta la vida”*

Se optó por este slogan, ya que el producto que AjonjoNic, S.A. ofrece al mercado Nicaragüense una opción nutritiva y saludable.

1.8. VENTAJAS Y DISTINGOS COMPETITIVOS

1.8.1. VENTAJAS

- ✚ Se utiliza materia prima (Ajonjolí) 100% Nicaragüense.
- ✚ La materia prima es de fácil cultivo y se cosecha durante todo el año, presentando mayor cosecha durante los meses de Diciembre y Enero.
- ✚ Producción fácil y rápida tanto de la materia prima como del producto.
- ✚ La semilla de ajonjolí tiene un aporte extraordinario de calcio, vitaminas, hierro, ácidos grasos poliinsaturados, etc., hacen de esta semilla uno de los elementos estrella que no deben faltar en el armario de la cocina, sobre todo teniendo en cuenta su magnífico sabor.
- ✚ Producto accesible a los hogares de escasos recursos.
- ✚ Las características organolépticas como; olor, color, textura y sabor de los productos están basadas en lo que los consumidores esperan de los mismos.

1.8.2 DISTINGOS COMPETITIVOS

- ✚ Productos absolutamente nuevos en el mercado nacional.
- ✚ Productos saludables y accesibles para personas de escasos recursos.
- ✚ **AjonjoNic, S.A.** se destaca por una buena atención al cliente post-venta.
- ✚ Política de garantía al consumidor acerca del estado del producto.
- ✚ **AjonjoNic, S.A.** es la única empresa en producir derivados de la semilla de ajonjolí en Nicaragua, por lo tanto no cuenta con competencia alguna.

1.9. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

El rubro del ajonjolí en Nicaragua, es uno de los productos agropecuarios con mayor demanda a nivel internacional y el ser producido por pequeños y medianos productores lo hace ser uno de los productos pioneros en exportación a nivel nacional.

Nicaragua tiene la capacidad instalada suficiente para descortezar, sin embargo, el problema radica en encontrar mercado para el producto descortezado. En los últimos 4 años las exportaciones del ajonjolí natural ha incrementado en términos proporcionales a los descortezado.

1.10. PRODUCTO DE LA EMPRESA

AjonjoNic S.A. brindará un producto especialmente para las mujeres en etapa de maternidad, con el fin de proporcionarles un complemento con todos los nutrientes que tanto ellas como sus bebés necesitan para su desarrollo.

1.10.1. NOMBRE DEL PRODUCTO

1.10.1.1 LLUVIA DE IDEAS Y MATRIZ PARA SELECCIÓN DEL NOMBRE DEL PRODUCTO

Se realizó una matriz con los supuestos nombres que denominarían el, los cuales fueron valorados por los siguientes criterios:

- Original
- Descriptivo
- Atractivo

De los tres nombres valorados en la escala del 1 al 5, siendo 5 el número más al alto, se seleccionaría el de mayor puntaje según los criterios antes mencionados. Como muestra tenemos la siguiente matriz;

MATRIZ PARA DETERMINAR EL NOMBRE DEL PRODUCTO.			
CRITERIOS	NutriMom	MomiNic	NutriVid
Original	2	4	5
Descriptivo	4	3	4
Atractivo	4	2	5
Puntaje	10	9	14

1.10.1.2 NOMBRE SELECCIONADO

NutriVid fue el nombre seleccionado, al alcanzar el mayor puntaje.

1.10.2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Siendo motivados por brindarle plusvalía a nuestra producción nicaragüense, **AjonjoNic S.A.** ha decidido trabajar con productos agrícolas que son utilizado para exportaciones en el mercado internacional.

La razón principal por la cual hemos sido motivados a trabajar con la semilla del ajonjolí se debe a sus abundantes propiedades nutricionales que aportan muchos beneficios a la dieta de los nicaragüenses.

Los ingredientes complementarios que utilizaremos en el proceso de producción son la vainilla, canela y miel ya que son productos que contienen propiedades medicinales; el producto aportará todos los nutrientes que las mujeres en etapa de maternidad necesitan como calcio, omega 3, hierro, zinc, etc.

1.11. CALIFICACIONES PARA ENTRAR AL ÁREA DE PRODUCCIÓN Y NEGOCIO

Para llevar a cabo este producto es necesario contar con conocimientos de:

- Conocimiento del área de Administración de Empresas.
- Conocimiento del área de Marketing y Publicidad.

1.12. ANÁLISIS FODA

ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Materia prima de fácil cultivo y certificada	Espacio de producción alquilado
	Semilla de ciclo productivo todo el año	Pocos recursos en el área tecnológica
	Producción rápida	Envase poco amigable con el medio ambiente
	Alta rentabilidad del producto	Poco recursos destinados a la infraestructura
	Personal con experiencia en el manejo del cultivo	Tecnología de segunda mano
	Existencia de varias fuentes de financiamiento (Cooperativas/ Bancos)	
	Competencia mínima	
ANÁLISIS EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Acceso a capacitación/ asistencia técnica	Variación en el precio de la materia prima
	Establecimiento de convenios con cooperativas del mismo rubro	Poca aceptación del producto en el mercado local
		Plagas en las áreas de cultivo.
	Presencia de Organismos Gubernamentales y/o No Gubernamentales que apoyen nuestra producción.	Posibles políticas estatales que establezcan solo la comercialización externa de la semilla.

1.13. APOYOS

Área Jurídica:

- Roberto Solís Pérez
Licenciado en Derecho
Teléfono: 85606243

Finanzas:

- Eduardo Soza
Administrador de Empresa
Teléfono: 86842384

Diseño e imprenta:

- Ricardo Argüello
Ingeniero en Computación
Teléfono: 88668880

Capítulo 2

MERCADEO



AjonjoNic, S.A.

2.1. OBJETIVOS DE MERCADO

2.1.1. CORTO PLAZO

- ✚ Establecer NutriVid como un producto seguro, necesario, eficaz y primordial para mujeres embarazadas y lactantes de 2 años o menos.
- ✚ Introducir NutriVid de 500 ml a nivel local en el municipio de Managua, logrando la distribución en puntos estratégicos que permita su crecimiento en popularidad y faciliten su adquisición y aceptación acaparando un 10% del mercado, y produciendo la cantidad que estipula la demanda esperada.
- ✚ Incrementar en un 3 % las ventas.

2.1.2. MEDIANO PLAZO

- ✚ Incrementar los canales de distribución.

2.1.3. LARGO PLAZO

- ✚ Aumentar la capacidad de producción al 15%.
- ✚ Ampliar el mercado al 25%.

2.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.2.1. TAMAÑO DE MERCADO

Los clientes que constituyen nuestro mercado son todas las mujeres embarazadas en especial, las adolescentes en edades de 15 a 20 y mujeres en periodos de lactancia en el municipio de Managua; De igual manera trabajaremos con organismos como: Centro de mujeres IXCHEN, Casa alianza que están especializado en la atención integral de la mujer, y en la niñez.

Este mercado posee las siguientes características:

- ✚ Preferencia por productos con mayor aporte a la salud y bienestar, en base al consumo de vitaminas y minerales.
- ✚ Disposición a pagar un precio basado en la calidad del producto que se ofertará.

Los Consumidores Poseen las siguientes Características:

- ✚ Son mujeres embarazadas de escasos recursos.
- ✚ Son Mujeres embarazadas jóvenes en edades de quince a veinte años de edad.
- ✚ Son Mujeres con baja nutrición.
- ✚ Mujeres en periodo de lactancia.

2.2.2. CONSUMO APARENTE Y DEMANDA POTENCIAL

Los resultados de la encuestas, nos refleja una gran aceptación de nuestro producto, demostrando que del 100% de mujeres embarazada y mujeres en periodo de lactancias, si estarían dispuesta a comprar nuestro producto y continuarlo en la etapa de lactancia.

2.2.3. PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO

NutriVid no tiene una competencia directa ya que no existe en el mercado un complemento alimenticio base de ajonjolí para mujeres embarazadas y en periodo de lactancia, sin embargo poseemos competencia indirecta son los siguientes:

COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	VENTAJA PRINCIPAL
MAMACARE	Complemento nutricional para las madres embarazadas y en período de lactancia.	Es un producto comercial, ya posicionado en el mercado y posee una alta tecnificación.
ENFAMOM	Durante el periodo de embarazo y lactancia las mujeres requieren de una alimentación balanceada para un buen inicio; por lo que Enfamom® de Mead Johnson®, te ofrece una alternativa para complementar tu dieta.	Es un producto ya posicionado en el mercado desde hace años y reconocido en el país.
NATICARE	Complemento alimentario formulado para cubrir los requerimientos nutricionales de la mujer desde el momento en que planifica un embarazo.	Es un complemento en capsulas lo que permite que mujeres que lo consuman obtengan todos los ingredientes en una sola cápsula.
SOYA	Es una bebida natural, especialmente rica en aminoácidos y nutrientes esenciales, necesarios para el crecimiento y el desarrollo.	A pesar de no ser un complemento dirigidos directamente para embarazada, es una de las bebida natural más reconocidas en el mercado

2.3. ESTUDIO DE MERCADO

La herramienta utilizada para determinar la aceptación que tendría el producto ofertado por **AjonjoNic S.A.** fue, una encuesta directa, con una muestra de trescientos setenta y nueve (379) mujeres en el municipio de Managua, las cuales asisten a centros de salud, hospitales y a centros de mujeres especializados.

El estudio de mercado, fue calculado con la fórmula estadística para determinar el tamaño de una muestra.

2.3.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

2.3.1.1 OBJETIVO GENERAL

- ✚ El objetivo general de esta encuesta fue recopilar información sobre el interés de las mujeres acerca de la introducción de un complemento alimenticio a base de ajonjolí, el cual fuese líquido y estuviese destinado a todas las mujeres embarazadas y madres en período de lactancia en Nicaragua.

2.3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✚ Conocer si consumían algún tipo de complemento y si estaban dispuesto a consumir NutriVid.
- ✚ Indagar en que cantidades lo consumirían y con cuanta frecuencia.
- ✚ Conocer el precio que el cliente está dispuesto a pagar por NutriVid.
- ✚ Investigar cuál es el canal de distribución más apropiado.

2.3.2. ENCUESTA TIPO

Buenos Días /Tardes, Estamos realizando esta pequeña encuesta, para evaluar el lanzamiento de un nuevo complemento alimenticio a base de Ajonjolí.

El ajonjolí es una semilla que se obtiene de la planta Sesamun Indicum. En Nicaragua se cultiva de forma intensiva y tiene una estructura muy bien desarrollada, El ajonjolí es una semilla muy saludable, contiene propiedades con un alto contenido de hierro, fósforo, magnesio, calcio y zinc, omega 3 y 6 además de que su consumo conlleva muchos beneficios para nuestra salud. Esta indicado para combatir enfermedades tales como: osteoporosis, debilidad ósea, debilidad pulmonar, fortalece el sistema nervioso entre otras enfermedades.

La encuesta no le llevará más de [5] minutos.

Muchas gracias por su colaboración

1. ¿Cuál es su edad? _____
2. ¿Se preocupa Ud. por su salud?
SI _____ NO _____
3. Del 1 al 10, siendo 10 como una alta preocupación y 1 una baja preocupación, ¿Qué tanto diría Ud. que se preocupa por su salud?
() 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () 6 () 7 () 8 () 9 () 10
4. ¿Consume Ud. algún tipo de complemento alimenticio?
Si _____ NO _____ Algunas Veces _____
5. ¿Qué marca de complemento usted consume?
Mamacare _____ Enfamom _____ Naticare _____ Soya _____ N/A _____
6. ¿Con que frecuencia a la semana lo consume?
1 a 3 veces _____ 4 a 6 veces _____ diario _____
7. ¿Dónde lo compra?
Mercados _____ Farmacias _____ Supermercados _____ Otro _____
8. ¿En qué cantidad adquiere el producto?
350 gr _____ 680 gr _____ 900 gr _____
9. ¿A qué precio lo adquiere?
C\$ 450 _____ C\$ 640 _____ C\$830 _____ otro _____

10. Consumiría Ud. un complemento alimenticio natural en su etapa de maternidad o lactancia
Si, si lo consumiría ____
Probablemente ____
No, no lo consumiría ____
11. Partiendo de la base que los beneficios de este productos le satisfaga ¿Lo compraría?
Si, en cuanto estuviese en el mercado ____
Probablemente lo compraría ____
No, no lo compraría ____
12. ¿Con que frecuencia a la semana lo consumiría?
1 a 3 veces ____ 4 a 6 veces ____ Diario ____
13. ¿En qué cantidad le gustaría adquirir el producto?
500 ml ____ 1litro ____ 1.5 lt. ____
14. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por este producto?
Menos de C\$ 20 ____
Entre C\$ 20 y C\$ 40 ____
Mas de C\$ 40 ____
15. Partiendo de la base que el precio del producto le satisfaga ¿lo compraría?
Si, en cuanto estuviese en el mercado ____
Probablemente lo compraría ____
No, no lo compraría ____
16. ¿Dónde le gustaría poder adquirir este producto?
Supermercados ____
Mercados ____
Farmacias ____
Otro ____
17. ¿A través de que u medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?
() Anuncios en prensa o Revista
Vía Correo ____
Televisión ____
Vallas publicitarias ____
Radio ____
Internet ____
Brochure ____

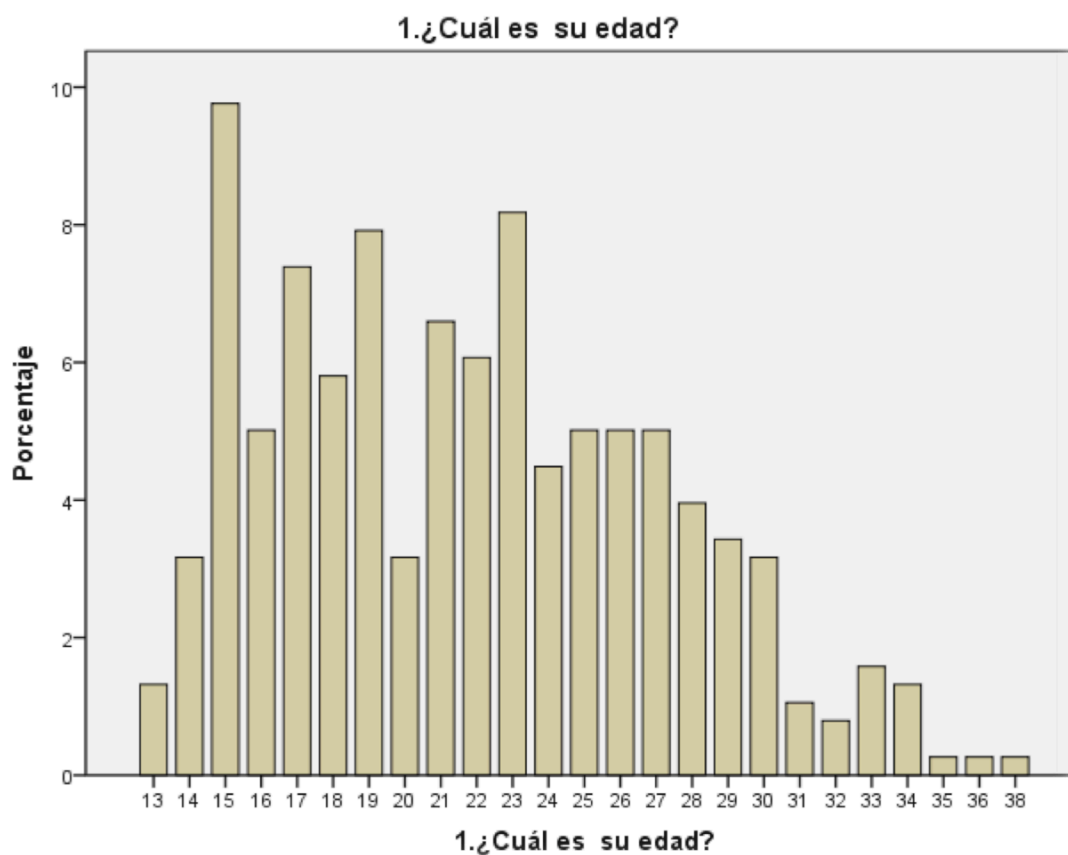
2.3.3. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

Para la aplicación de la encuesta nos apoyamos en el sistema de SPSS Statistics 17.0, el cual nos permite introducir, analizar y relacionar las distintas variables de la encuesta aplicada. Una vez llenada la encuesta, los datos son introducidos en este programa, facilitando así el análisis de los datos.

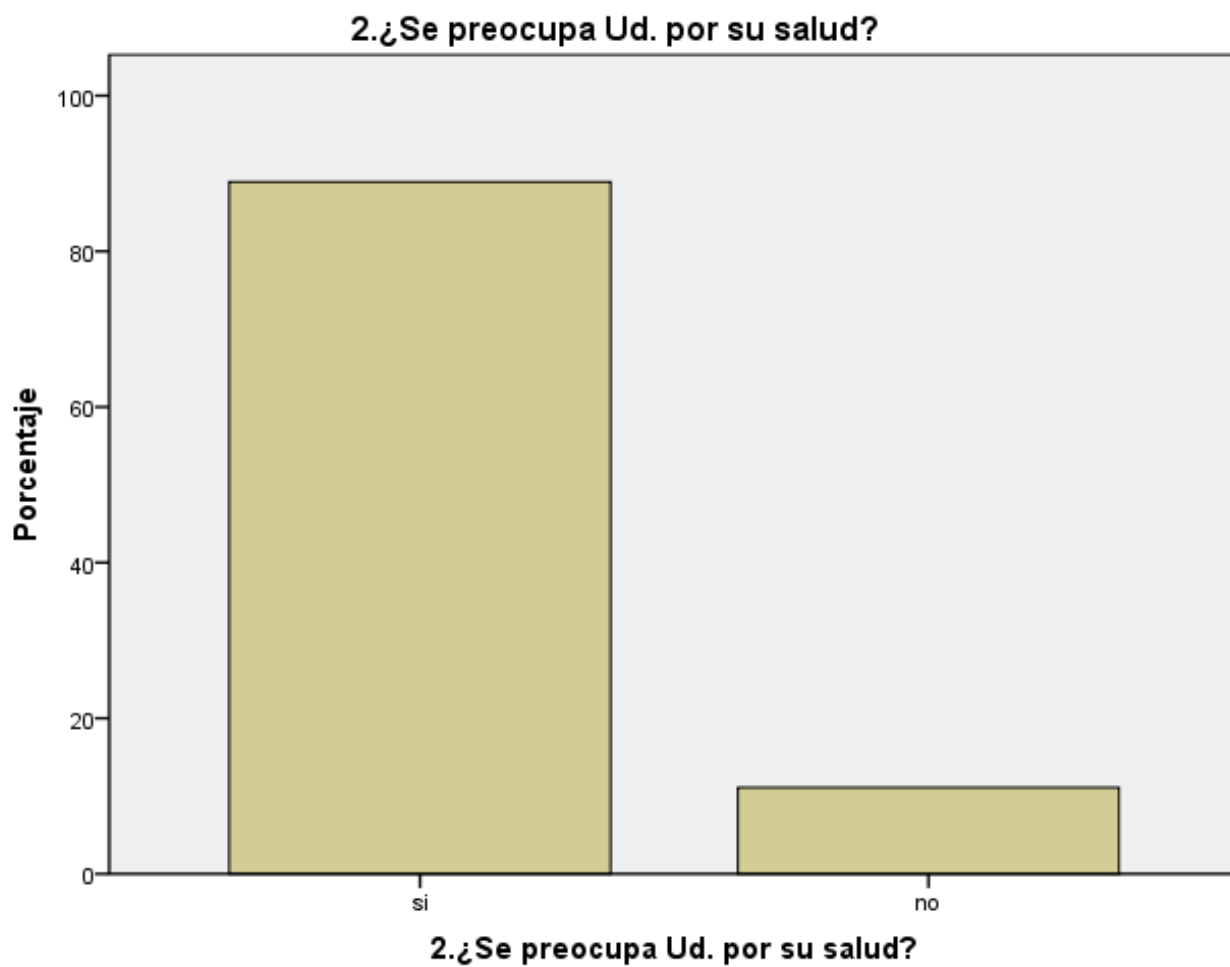
- ✚ El tamaño de la muestra para el estudio de Mercado fue de 379 encuestas realizadas a mujeres embarazadas y en periodo de lactancia.
- ✚ Se utilizó gráficos barras para presentar los resultados obtenidos de los encuestados.
- ✚ Los tipos de preguntas que formulamos fueron cerradas, entre las cuales se encuentran las preguntas dicotómicas y de opción múltiple.

2.3.3.1 RESULTADOS Y CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

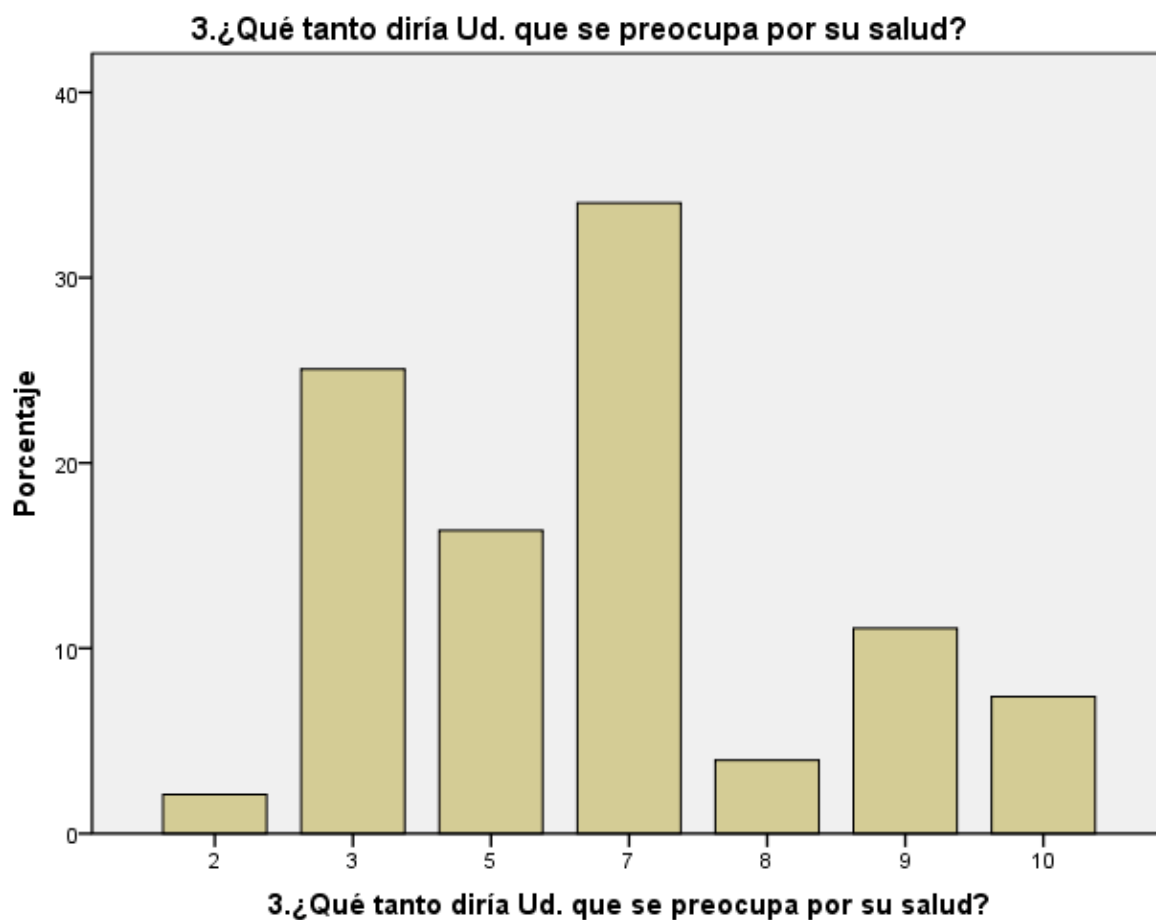
A continuación le presentamos nuestro análisis:



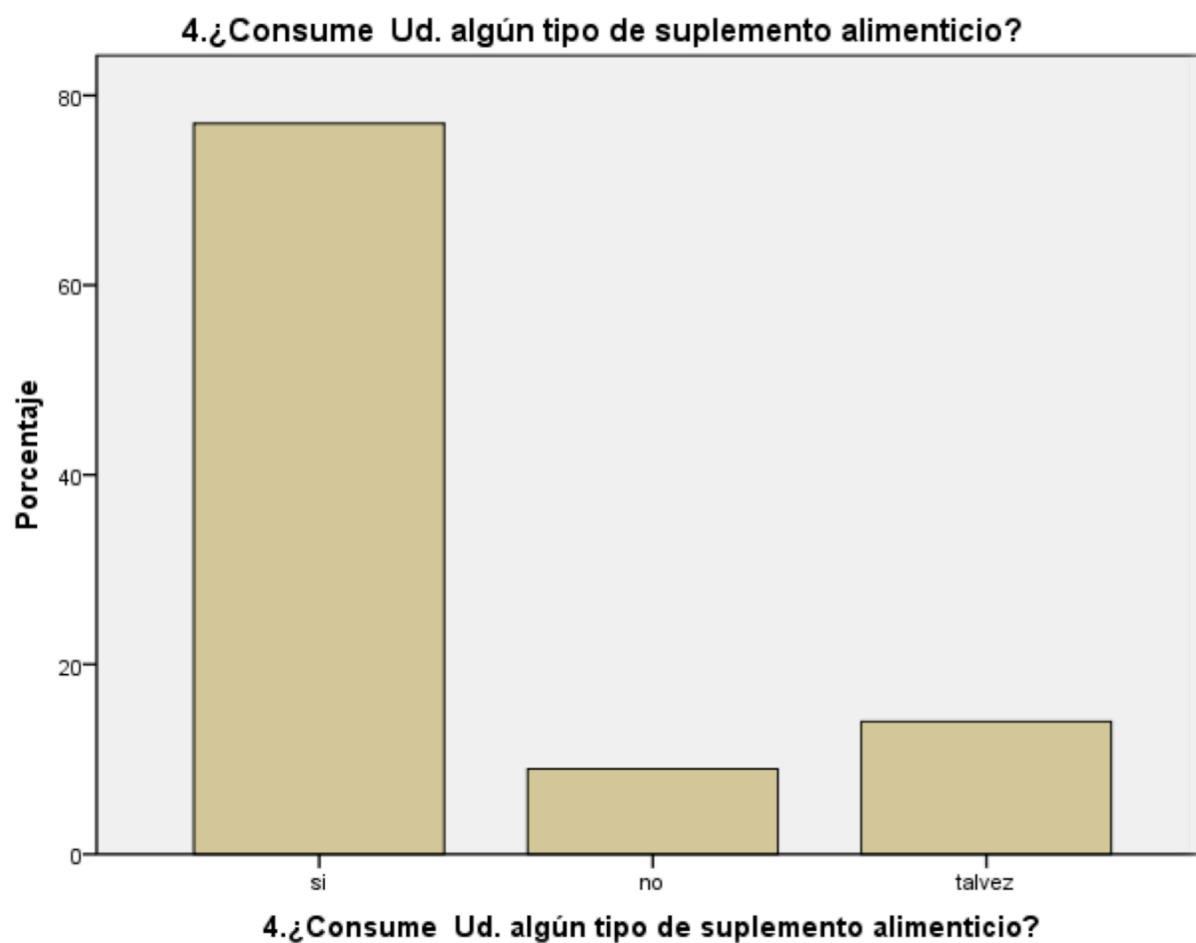
En cuanto la edad promedio de todas las encuestadas, según la media es de 21 años, mostrando que una gran parte de mujeres jóvenes están en embarazo o período de lactancia. Lo cual nos genera una preocupación por la salud de estas jóvenes madres.



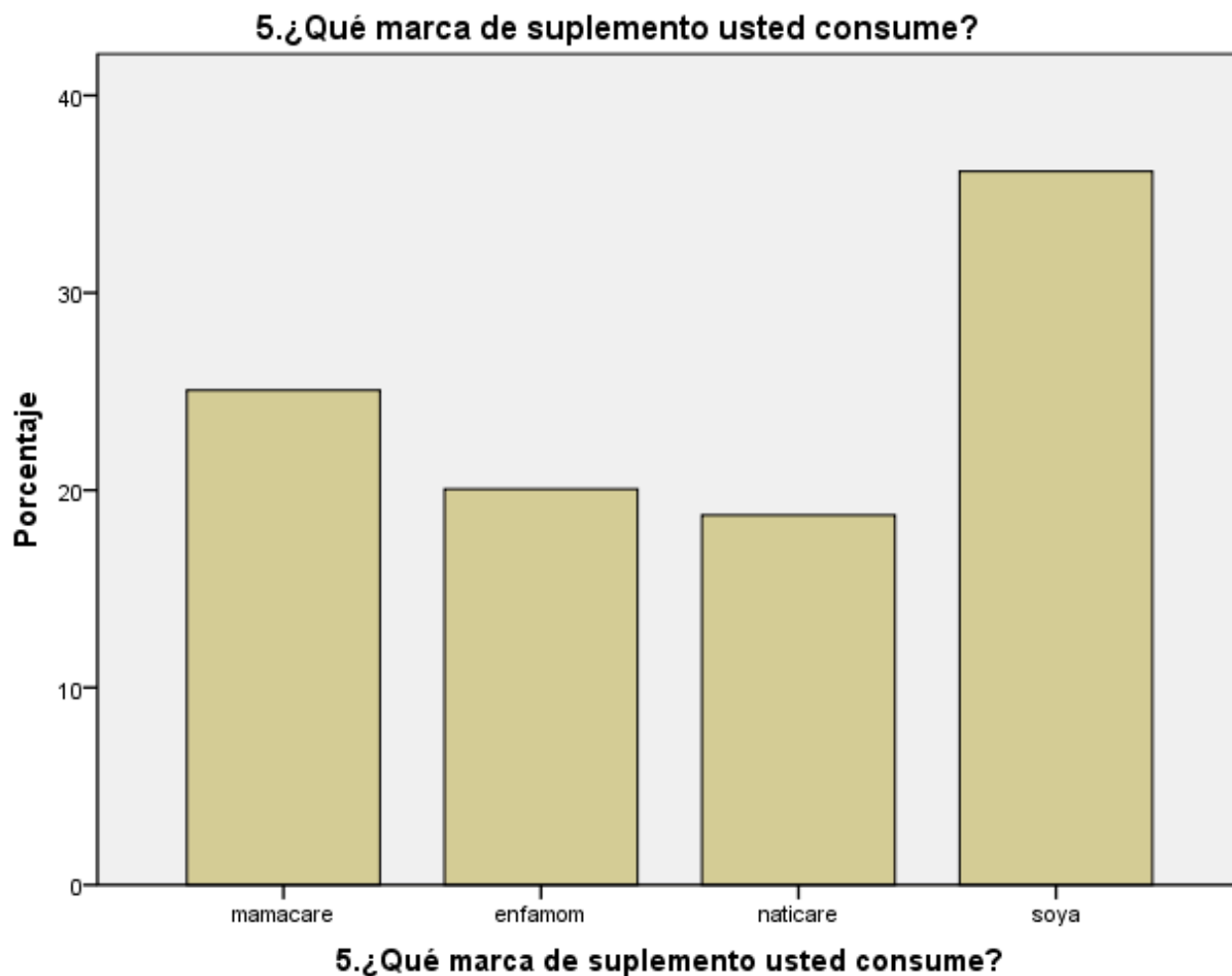
El 89% de las encuestadas afirma que si se preocupa por su salud, y tan solo el 11% afirmó que no hay una preocupación por la salud.



Cuando pedimos que eligieran un número del 1 al 10 cuanto le podrían a su preocupación por ellas mismas el 2% dijo que solamente se preocupaba un 2, el 25% que un 3, el 16% dijo que un 5 el 34% dijo que un 7, un 4% dijo que un 8, un 11% dijo que un 9 y tan solo el 4% afirmo que del 1 al 10 su preocupación es máxima por su salud.



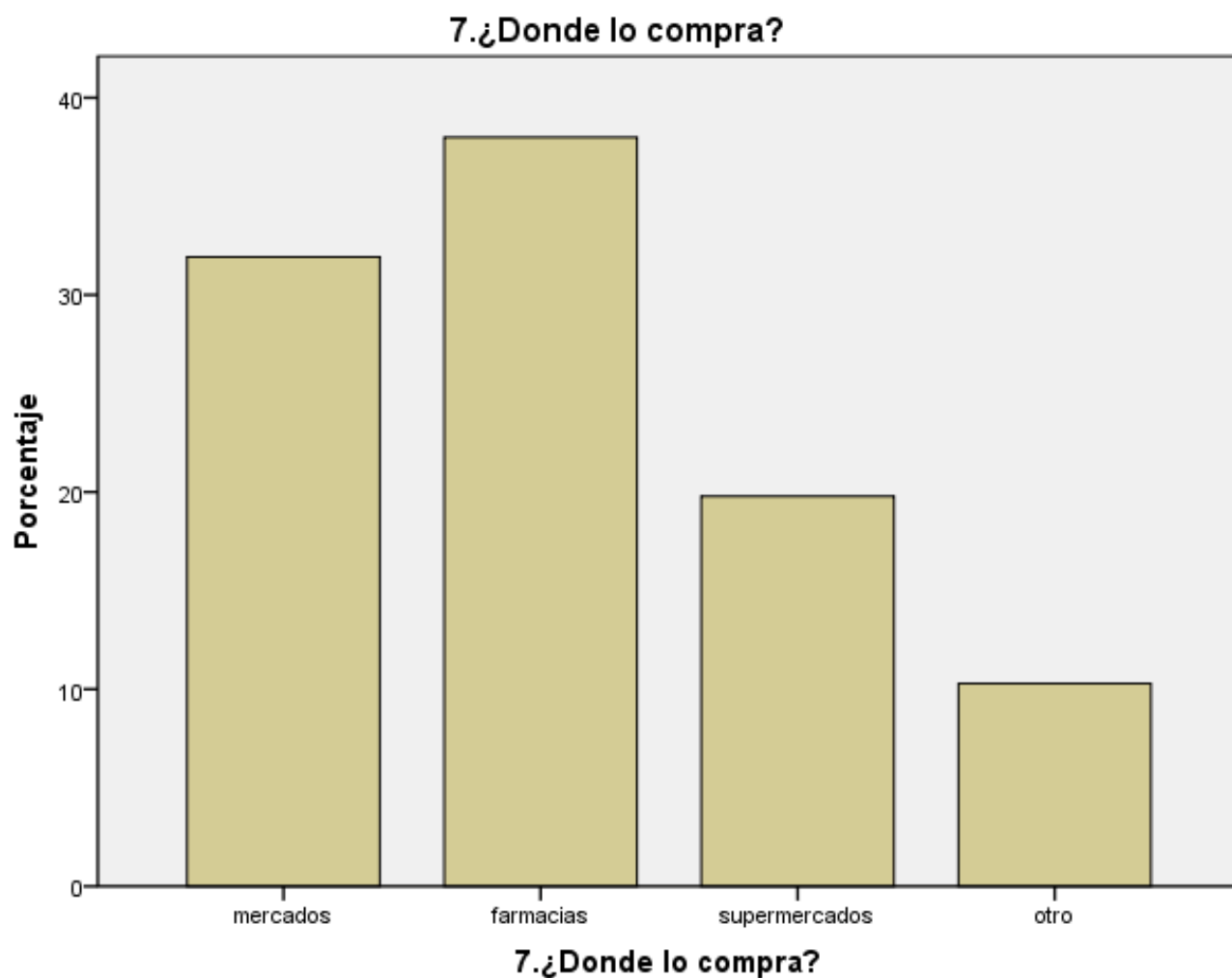
Un 77% de las mujeres parte del estudio afirman que si consumen un complemento alimenticio, el 9% indican que no consumen ningún complemento y el 14% señala que lo consumen algunas veces.



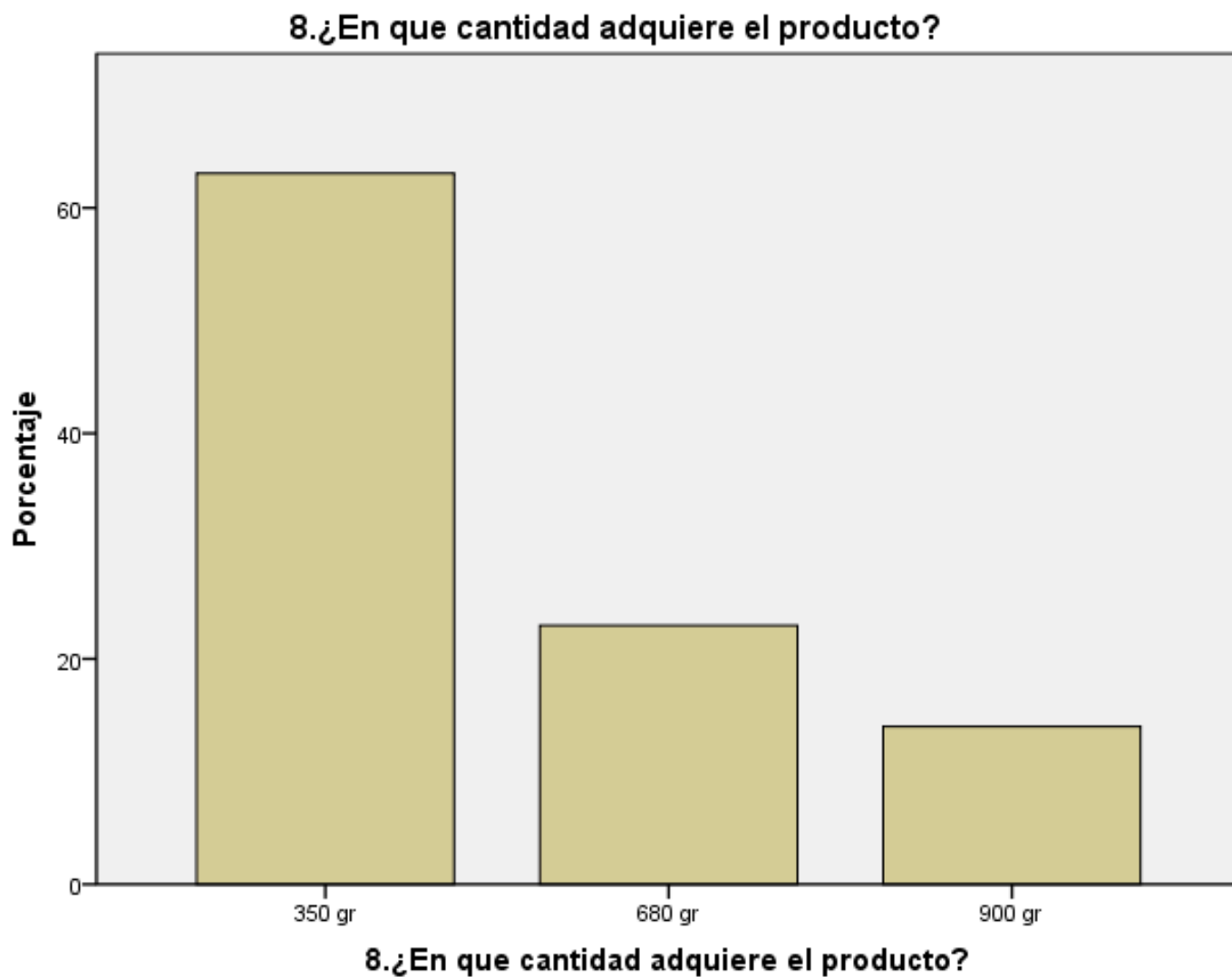
Quando preguntamos acerca del complemento que consumían el 20% fue para Enfamom, el 19% es para Naticare y un 25% Mamacare, resultando con un 35% la bebida natural de soya sobre las marcas comerciales. Esto nos muestra que NutriVid tendría una gran aceptación por el hecho de ser una bebida natural.



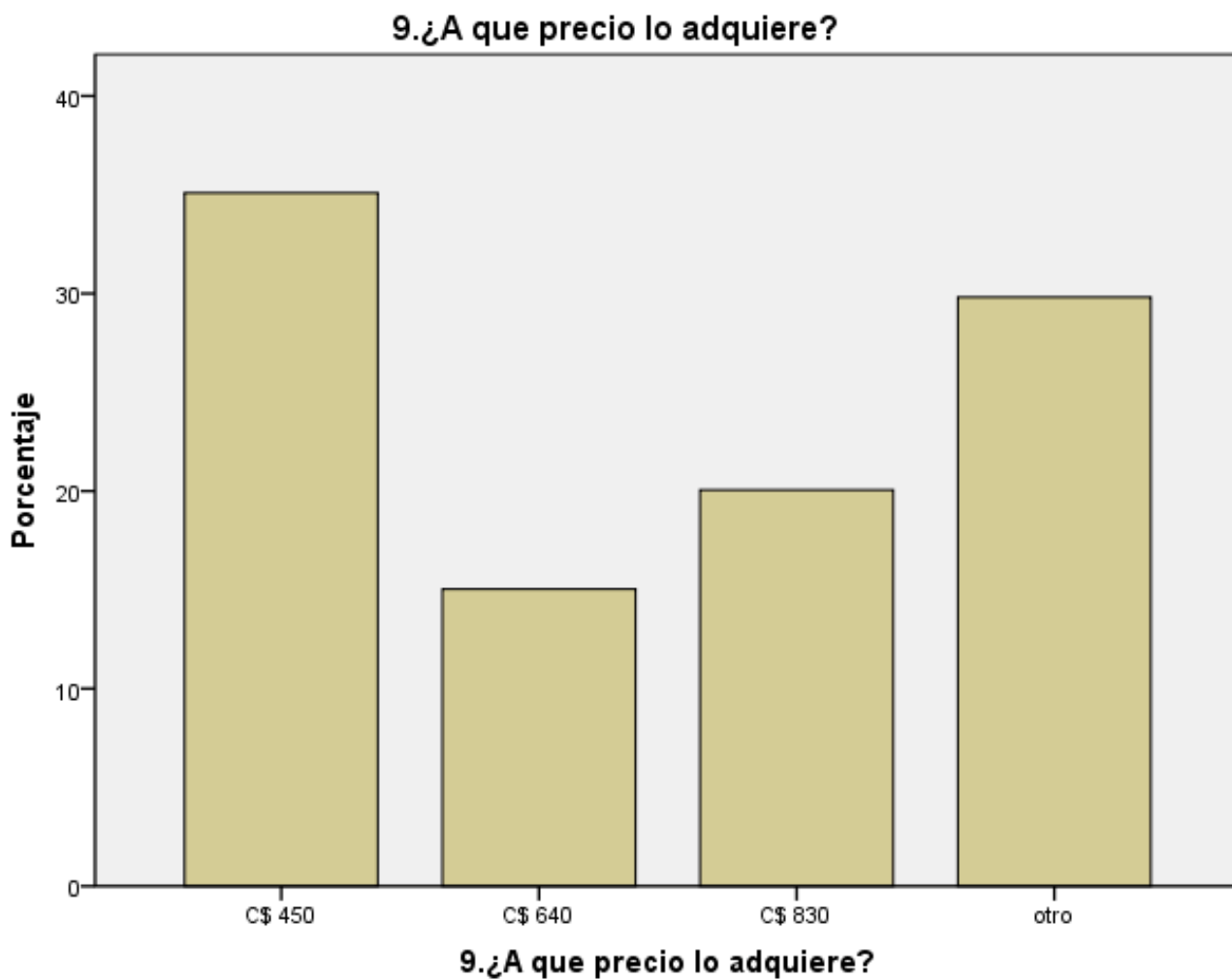
Al preguntar sobre la frecuencia de consumo del complemento que consumían encontramos que el 20% lo consume diario, un 38% de 4 a 6 veces a la semana y un 42% de 1 a 3 veces por semana.



32% de las mujeres encuestadas nos dijeron que adquieren su producto en mercados populares de la ciudad de Managua, el 38% que lo adquieren en farmacias, 20% en los supermercados y un 10% en otros.

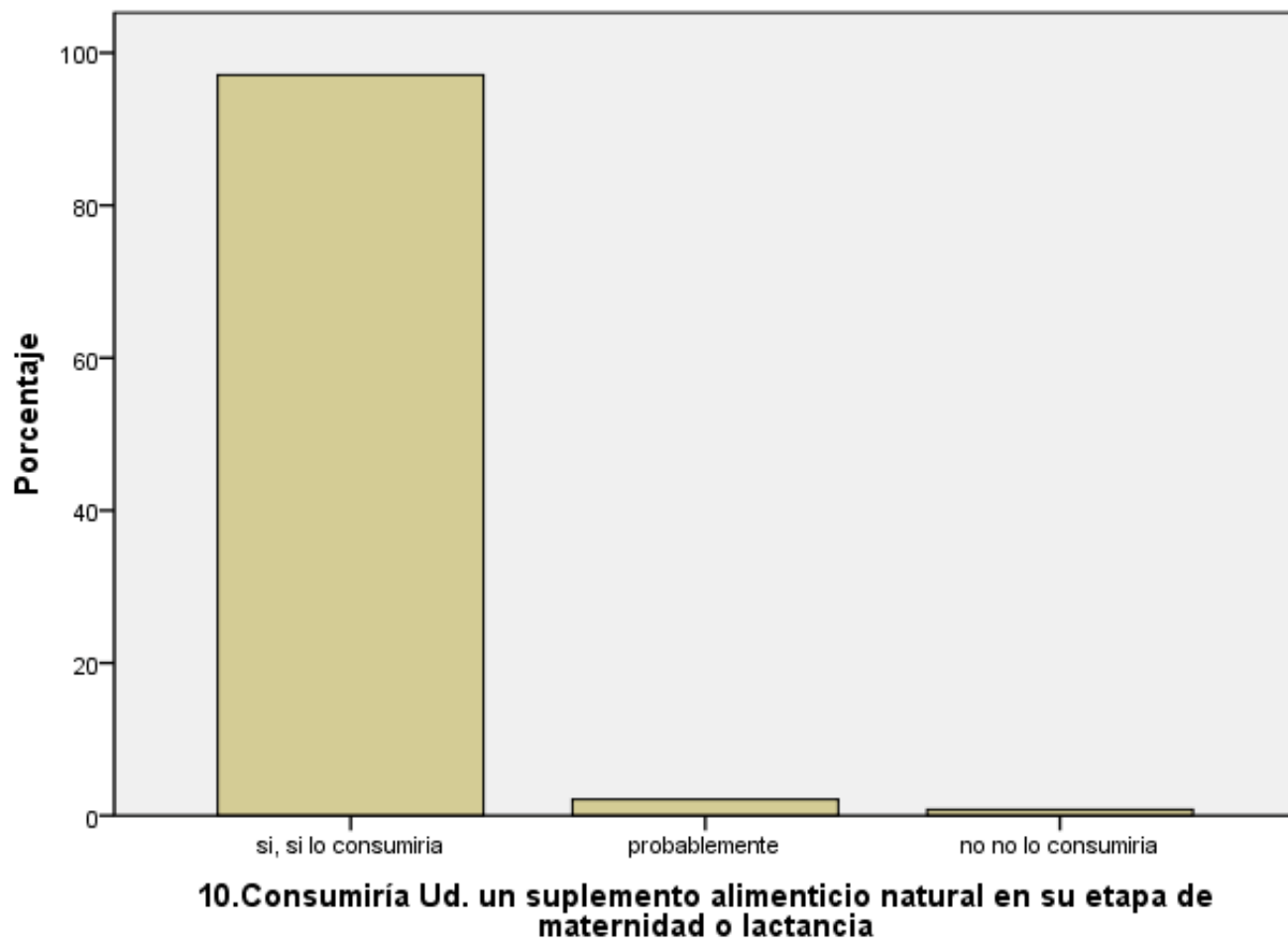


En cuanto a la cantidad que adquieren su complemento un 63% lo adquieren en la presentación de 350 gr, un 23 % en la presentación de 680 gr y tan solo un 14% en la presentación de 900 gr.



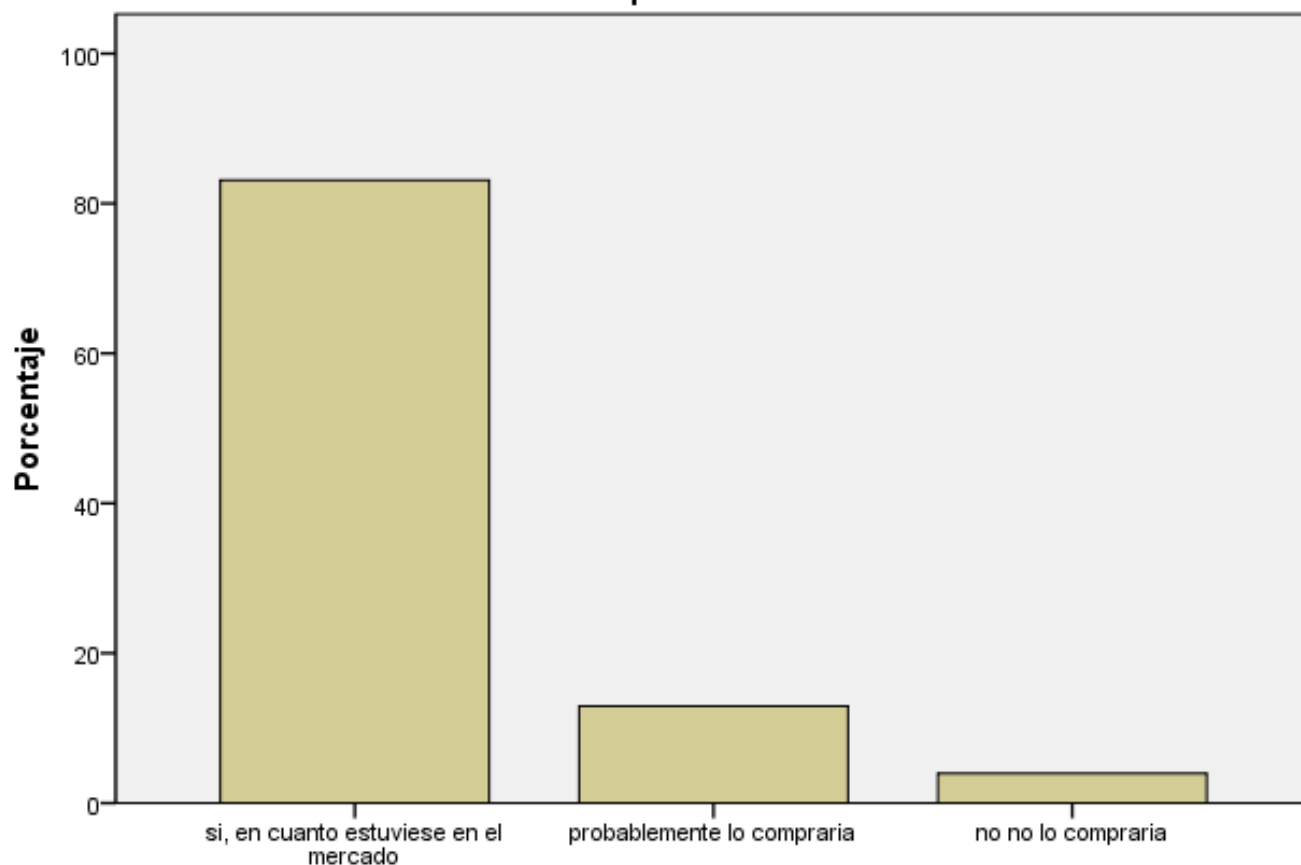
Referente al precio el 35% adquieren el producto a C\$ 450, el 15% lo adquieren a C\$650 un 20% lo adquieren a C\$ 830 y un 30% en otro precio.

10. Consumiría Ud. un suplemento alimenticio natural en su etapa de maternidad o lactancia



Al preguntarles sobre si consumirían un complemento alimenticio natural el 97% de las encuestadas afirmar que si, si lo consumirían lo cual lo que brinda cierta factibilidad al hecho de lanzar una nueva marca de complemento alimenticio al mercado, tan solo el 2% habló de una probabilidad de consumirlo y el 1% no, no lo consumiría.

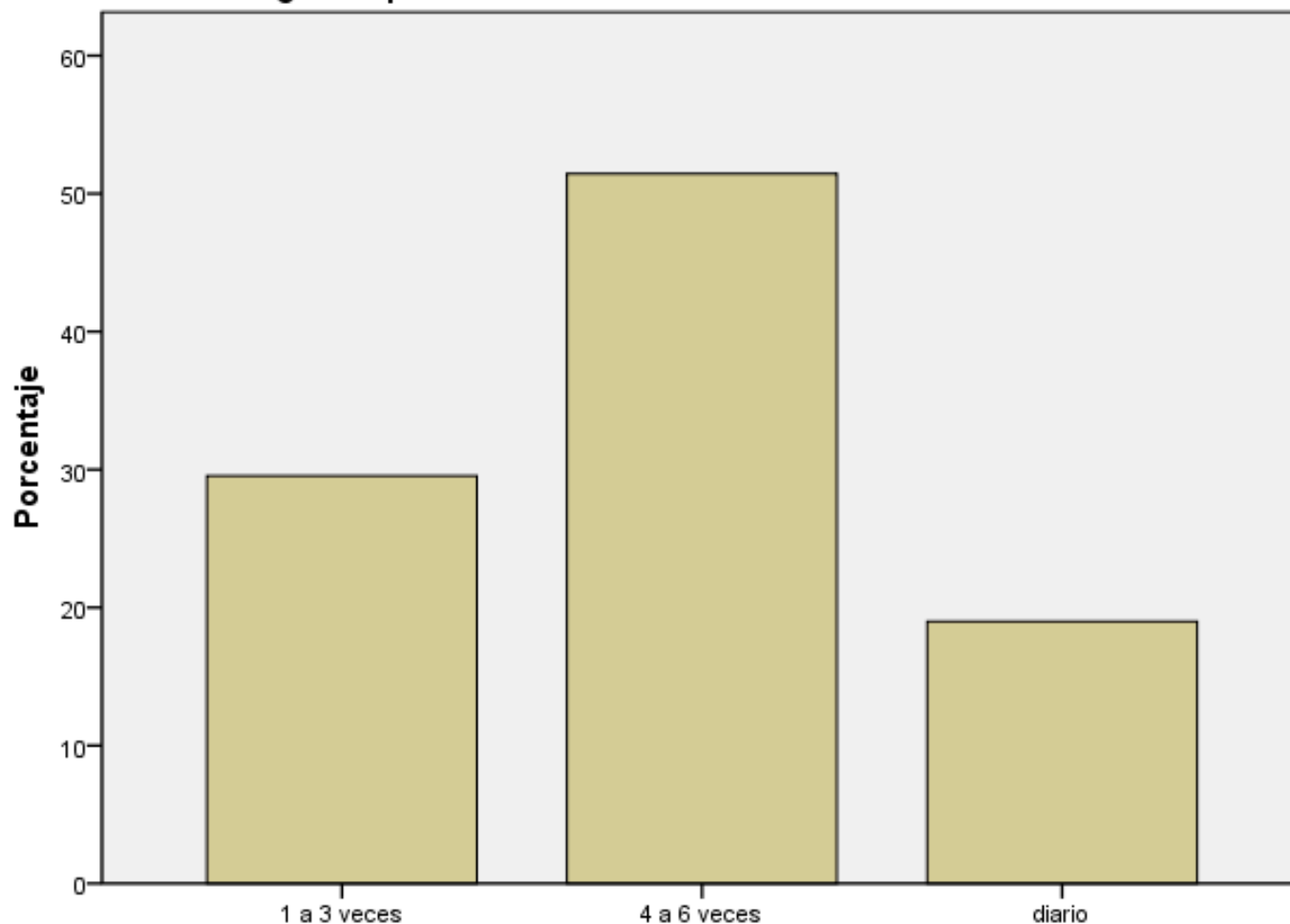
11. Partiendo de la base que los beneficios de este productos le satisfaga ¿Lo compraría?



11. Partiendo de la base que los beneficios de este productos le satisfaga ¿Lo compraría?

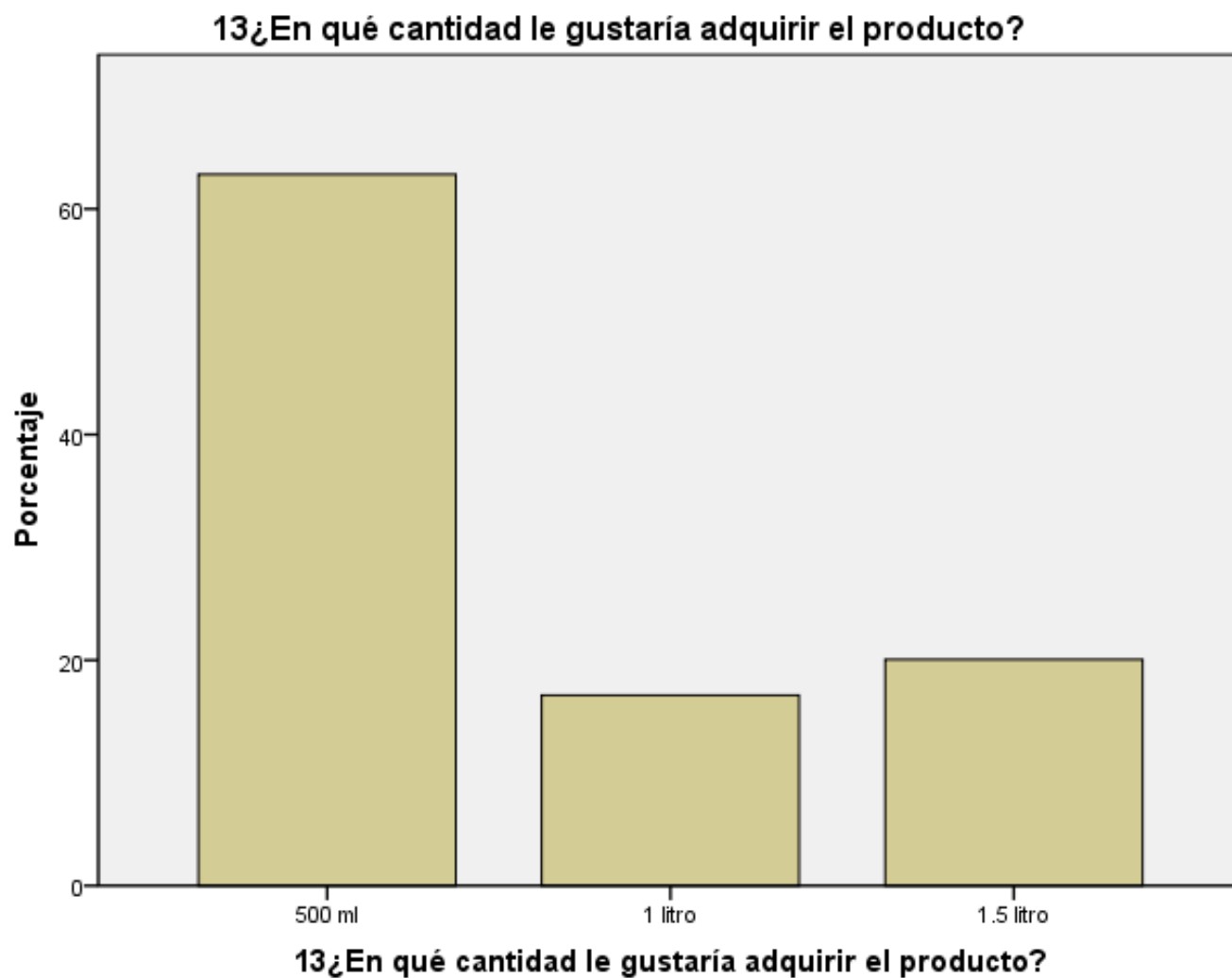
Hablando de que si comprarían el producto un 83% afirma que si, lo compraría, un 13% habló de una posibilidad y tan solo un 4% dijo q no, no lo compraría.

12.¿Con que frecuencia a la semana lo consumiría?



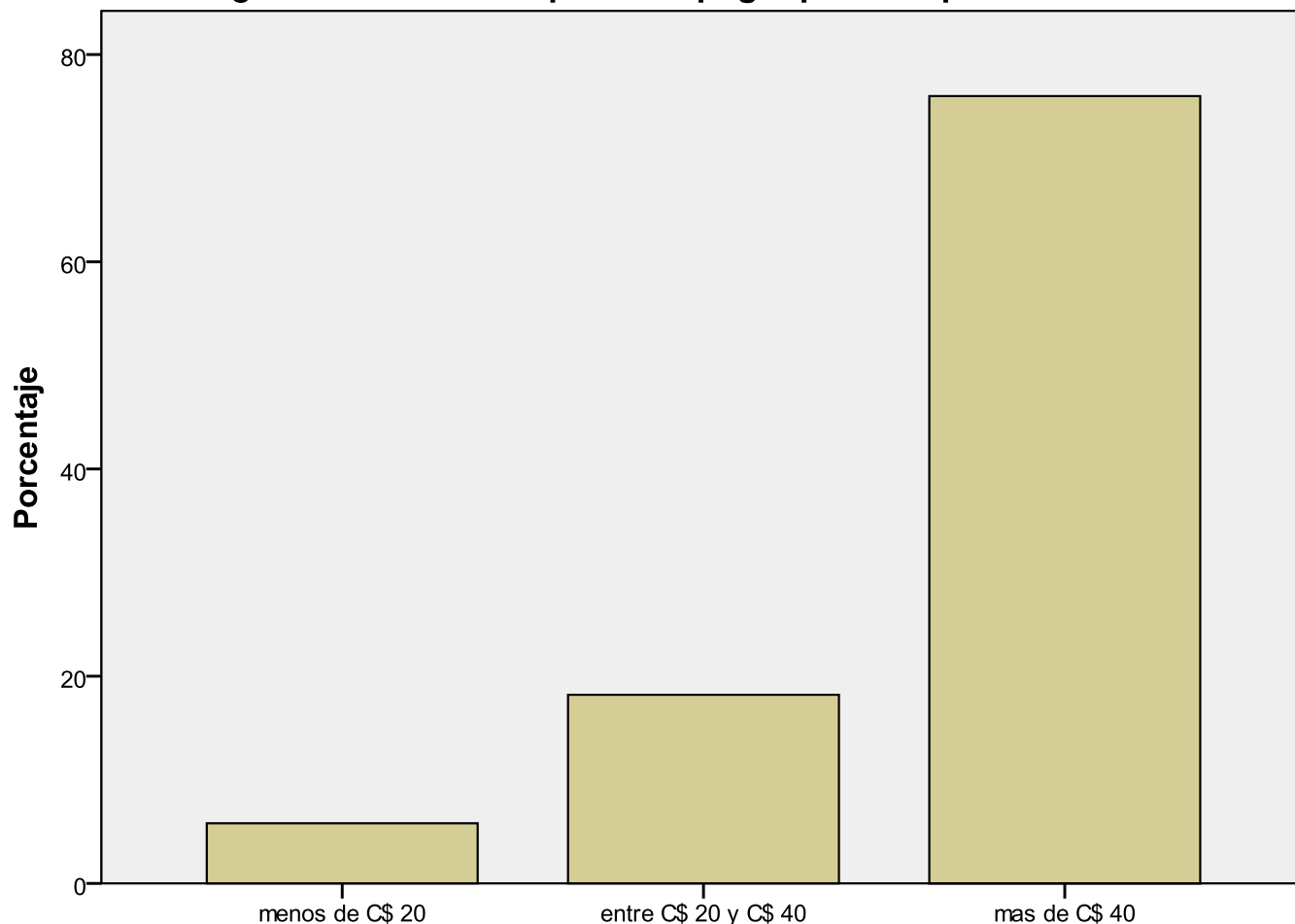
12.¿Con que frecuencia a la semana lo consumiría?

Al preguntar sobre la frecuencia de consumo de NutriVid afirmaron que lo consumirían de 4 a 6 veces a la semana, esto nos demuestra la alta aceptación que tendría nuestro producto en el mercado.



Cuando hablamos de la cantidad en que le gustaría adquirirlo ya que es una bebida, el 63% dijo que prefería consumirlo en la presentación de 500 ml, un 17% en presentaciones de 1 litro, y un 20% en presentaciones de 1.5 litros.

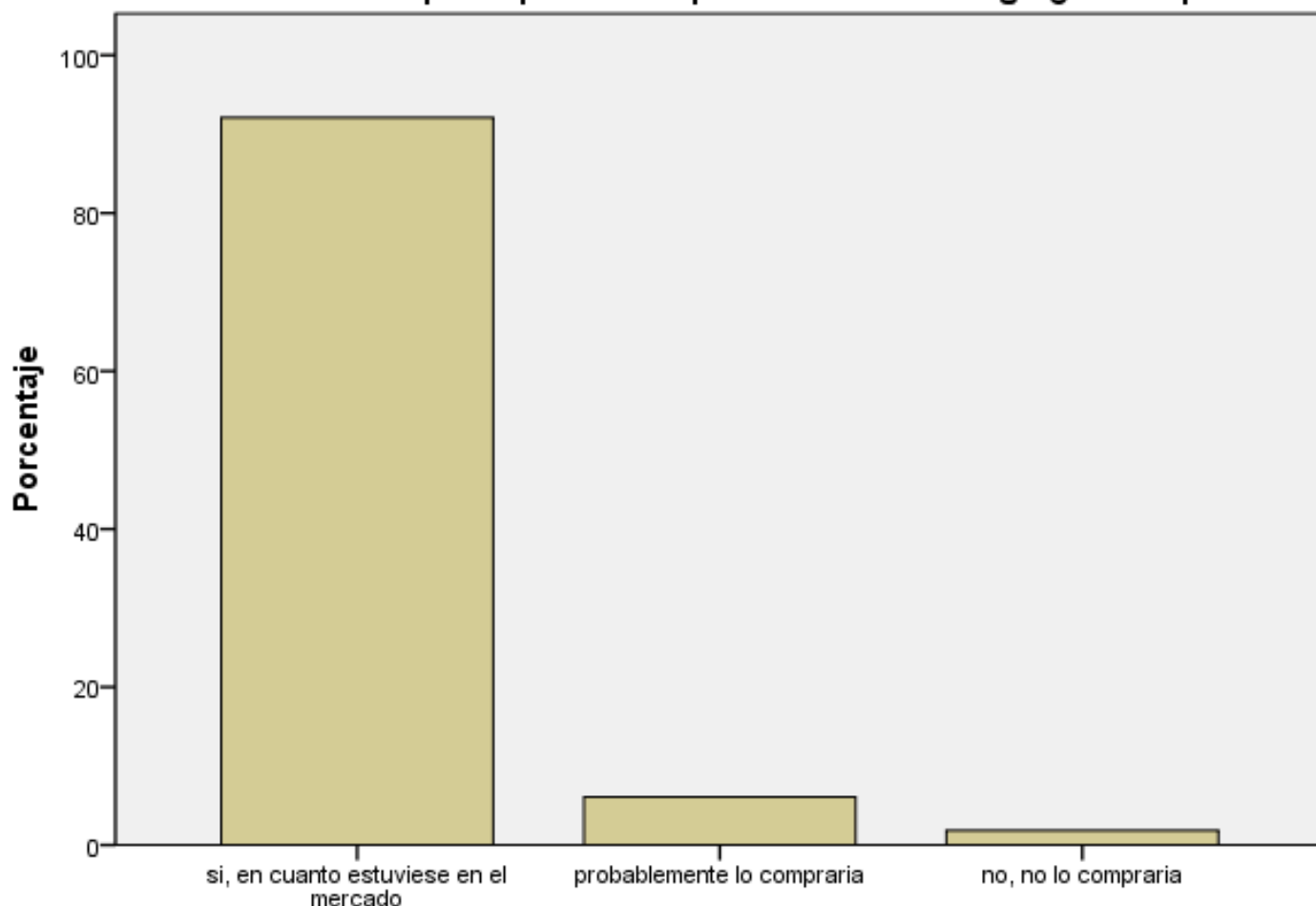
14.¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por este producto?



14.¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por este producto?

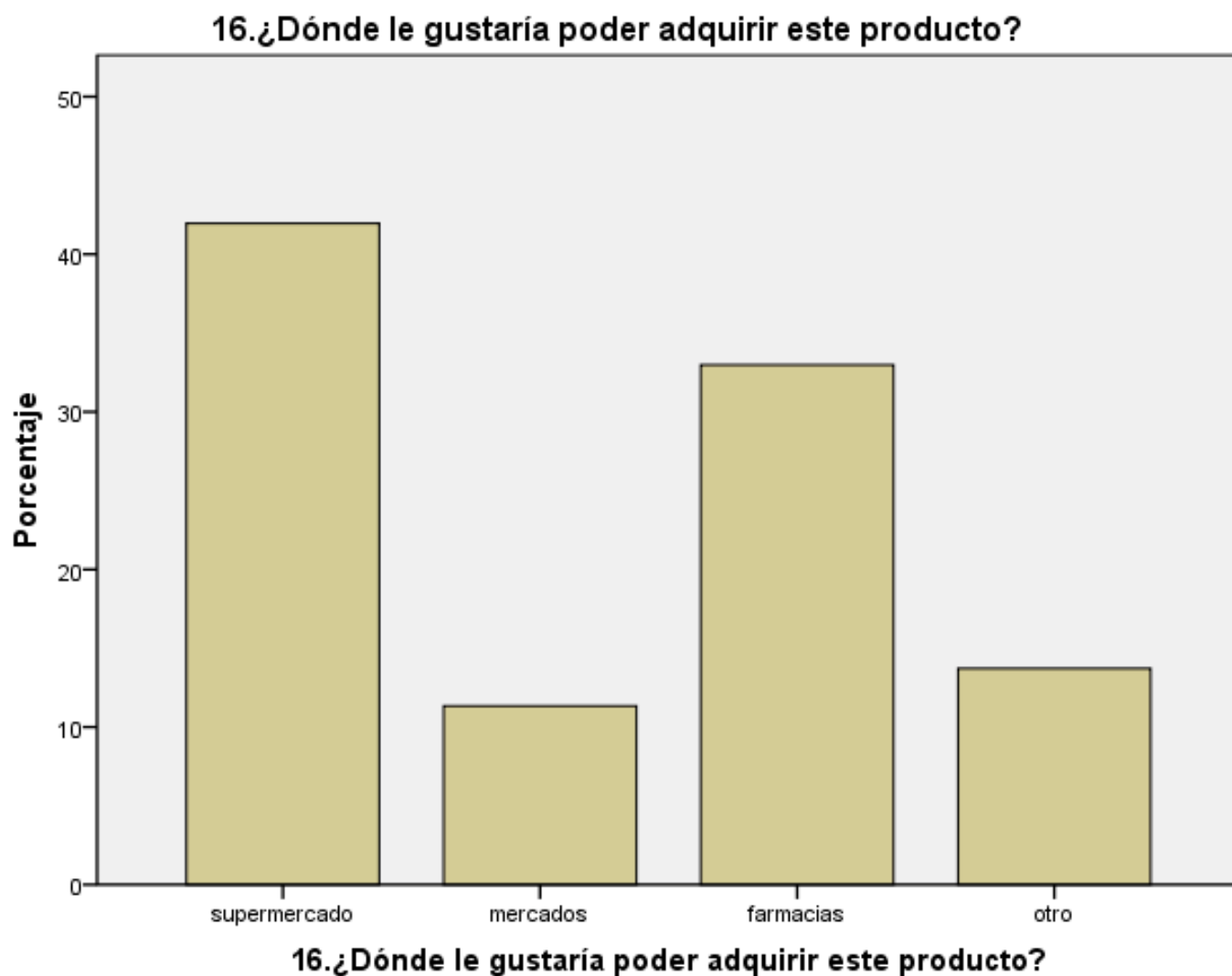
En el caso, de cuánto estaría lo que los futuros consumidores estarían dispuestos a pagar por NutriVid ellas compartieron con un 6% que estarían a pagar menos de C\$20, un 18% nos manifestó que estarían dispuestas a pagar entre C\$20 y C\$40 y para finalizar, un 76% estaría dispuestas a pagar más de C\$40.

15. Partiendo de la base que el precio del producto le satisfaga ¿lo compraría?



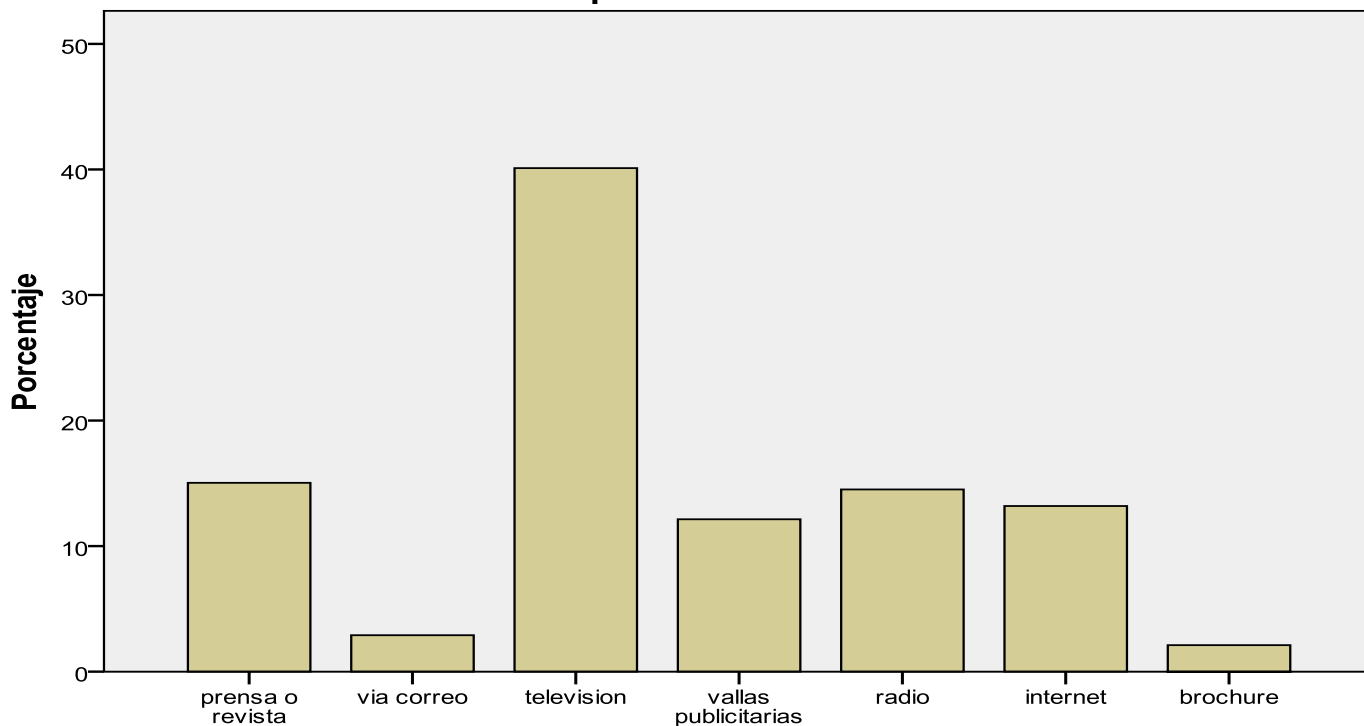
15. Partiendo de la base que el precio del producto le satisfaga ¿lo compraría?

Al referirnos que si el precio los motiva a comprarlo el 92% afirmó que si lo consumirían en cuanto estuviera en el mercado, el 6% habló de una posibilidad y un 2% no lo compraría.



Del público encuestado, el mayor porcentaje le gustaría adquirirlo en supermercados, el 33% le gustaría adquirirlo en farmacias, estos dos primeros se deben a que estos le gustaría adquirir su producto en un lugar confiable, el 14% le gustaría adquirirlo en los mercados y 6% hablo de otro, Se tomará en cuenta esta información al momento de establecer los canales de distribución o puntos de ventas.

17.¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?



17.¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?

El medio de preferencia que eligieron las lectoras fue la televisión con un 40%, con un 15% en prensa, revista y diarios, un 13% a través del internet, en este caso redes sociales un 12% dijeron a través de vallas publicitarias y un 3% vía correo y un 2% a través de brochure.

2.3.4. APLICACIÓN DE GRUPO FOCAL

La entrevista a grupos focales es un medio para recolectar en poco tiempo y en profundidad, un volumen significativo de información cualitativa, a partir de una discusión con 4 grupos de cinco personas, quienes son guiados por un moderador para exponer sus opiniones sobre temas considerados importantes para el estudio.

Para este estudio, el grupo focal resultó ser una fuente efectiva de información para comprender el grado de aceptación que tendría nuestro producto en mujeres embarazadas y en período de lactancia.

La guía para la realización del Grupo Focal fue la siguiente:

A cada mujer se le dará una muestra del producto. Luego todas lo probarán al mismo tiempo y el moderador tomará nota sobre las reacciones de las mujeres que estén participando. Luego se harán preguntas específicas sobre el producto para conocer la opinión de las mujeres.

2.3.4.1 RESULTADOS Y CONCLUSIONES DEL GRUPO FOCAL

En el grupo focal participaron mujeres embarazadas y en período de lactancia entre edades de 16 a 30 años de edad, siendo conformado el grupo por un total de veinte y cinco mujeres.

Todas las personas que participaron en el grupo focal expresaron que el producto era de mucho agrado. Las características que más les atrajeron fueron las siguientes:

- ✚ El sabor: Expresaron que tenía un sabor a leche vegetal, pero la mezcla de sabores y olores hace que tenga un gusto peculiar.
- ✚ El precio: Veinte de las veinticinco mujeres, indicaron que estarían dispuestas a pagar más de C\$ 40 por el complemento, por las propiedades que contienen, y porque les resulta aun más accesible adquirir NutriVid que consumir los complementos comerciales, ya que obtienen los mismos e incluso mayores beneficios adquiriendo un producto natural.

La recomendación más importante de este producto que expresaron es que les gustaría que fuera menos líquida pero no tan espesa.



El resultado final del grupo focal fue muy satisfactorio porque el 100% de las mujeres que participó en la actividad, disfrutó el producto y expresó que les gustaba mucho, así como sus recomendaciones, las cuales serán tomadas en cuenta para mejorar el producto.

2.4. DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA

La distribución del producto será de la fábrica, a los diferentes intermediarios del municipio de Managua así como supermercados, y farmacias hasta llegar al consumidor final. Este es el sistema al que más se adapta a nuestra empresa, y los puntos fueron seleccionados por las posibles consumidoras.

2.5. PROMOCIÓN DEL PRODUCTO

2.5.1. CANAL DE DISTRIBUCIÓN

El país cuenta con una diversa variedad de complementos alimenticios para mujeres embarazadas, pero no uno como natural a base de ajonjolí.

El canal de distribución seleccionado corresponde al de: **“Productor al detallista y este al consumidor final.”**



AjonjoNic, S.A., se encargará de fabricar y distribuir el producto a los diferentes puntos de ventas tales como supermercados, farmacias y mercados municipales del país. Para distribuir el producto contaremos con microbuses para el transporte del mismo a cada uno de los detallistas hasta llegar al consumidor final.

De esta forma se le brinda al consumidor un canal de distribución que le permita adquirir el producto de una manera fácil.

2.5.2. PUBLICIDAD

AjonjoNic S.A., utilizará diversos medios de comunicación nacionales para publicitar el complemento. Con ubicación de mantas en los puntos más concurridos de la capital y muestra gratis del productos en supermercados, farmacias, centros de salud, hospitales y mercados. Para esto se dispondrá de un presupuesto de \$ 490 mensuales en publicidad.

Medios:

- ✚ Periódico: Uno de los medios más sencillos de publicidad, los anuncios llegan a muchas personas de diversos estratos, presentaremos el producto en los principales diarios del país, mostrando una imagen que convenza al cliente y resalte las características del complemento.
- ✚ Publicidad libre: Mediante mantas y volantes se puede lograr un mayor alcance, ya que al igual que las revistas cinematográficas, son gratuitas para el cliente, pero en este caso permiten incluir una información más detallada del producto.
- ✚ Radio: **AjonjoNic, S.A.** publicitara su complemento para mujeres embarazadas por la radio ya que este es un medio de bajo costo y con mucha cobertura en los hogares Nicaragüenses y de esta manera darle a conocer a la población urbana y rural el lanzamiento del producto 100% natural a base de ajonjolí.
- ✚ Redes Sociales: Un medio muy importante, debido al boom tecnológico, las redes sociales han llegado a formar una parte esencial para las empresas, Facebook, Twitter, y demás redes alojan a muchos usuarios que podrían estar interesados en el producto, cabe resaltar que este medio es gratuito tanto para usuarios como para la empresa misma, se puede estar informando a la población constantemente sobre ofertas especiales degustaciones. Además que permite una retroalimentación ya que los usuarios brindan sus opiniones a través de comentarios, lo que permite a la empresa conocer la percepción de sus clientes de una forma más rápida y sin ningún costo.

2.5.3. SLOGAN DEL PRODUCTO

NutriVid;

“Alimenta al doble”.

2.5.4. DISEÑO DEL ENVASADO



2.6. POLÍTICAS Y FIJACIÓN DE PRECIOS

Para la fijación del precio se debe de hacer un análisis de los costos fijos mensuales de la empresa y el costo variable de la materia prima, así como las herramientas utilizadas para la distribución de este mismo. Los costos fijos mensuales de **AjonjoNic S.A.** serán los siguientes:

CONCEPTO	COSTO MENSUAL
Salarios	\$ 1680
Prestaciones sociales e impuestos	\$ 3590
Alquiler de oficina	\$700
Combustible	\$90
Material de oficina	\$ 11,964.47
Publicidad	\$ 490
Costo fijo en efectivo	\$ 68,515.10

Los costos variables se presentan en la siguiente tabla:

COSTOS VARIABLES		
UNIDADES EN DÓLARES		
MATERIA PRIMA	CANTIDAD	COSTO UNIDADES
Miel		0.17
Clavo de olor		0.01
Canela		0.01
Semilla de ajonjolí		0.08
Envase plástico		0.85
Etiqueta		
TOTAL		
Detalle		Año 1
Porcentaje sobre ventas %		66%
Punto de Equilibrio US\$		175,094.15
Ventas (US\$)		265,909.44
Porcentaje sobre ventas %		26%
Costos Fijos		68,515.10
Mano de Obra Directa		11,750.40

Gastos generales (sin depreciación)		18,779.24
Gastos de Administración		17,280.00
Depreciación		1,915.94
Intereses pagados		3,559.63
Impuestos		15,229.89
Porcentaje sobre ventas %		61%
Costos Variables		161,857.92
Costo de Venta (sin M.O.D.)	Año 1	161,857.92
	66%	
	175,094.15	
	265,909.44	
	26%	
	68,515.10	
	11,750.40	
	18,779.24	
	17,280.00	
	1,915.94	
	3,559.63	
	15,229.89	
	61%	
	161,857.92	
	161,857.92	

2.7. PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

NutriVid, al ser un producto innovador en el mercado, se deben de crear estrategias cuyo enfoque este dirigido a la introducción del producto en la mente del consumidor.

Se espera un periodo de introducción de un año para alcanzar una posición aceptable en el mercado, durante este año se realizarán muestreos de la aceptación del producto y la opinión al cliente acerca de NutriVid. Para llegar a los clientes finales, se utilizarán distintos medios de comunicación que serán detallados en el plan de publicidad.

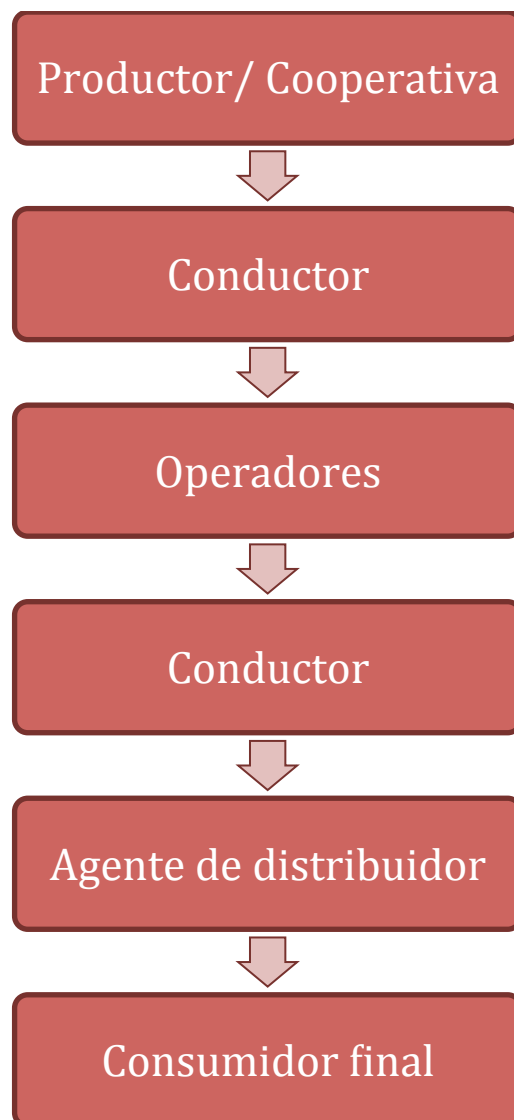
Ante la competencia NutriVid, se destacará por sus múltiples cualidades naturales benéficas para la salud del cliente, logrando así un buen nivel de competitividad en el mercado.

2.8. RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO

RIESGOS	ACCIONES A IMPLEMENTAR
Que las encuestas no hayan sido realmente concretas o representativas	Realizar un nuevo estudio de mercado, usando una encuesta más precisa en una población más grande o más definida
Que el valor de la demanda esperada no sea realmente certero	Hacer una total reingeniería del proceso y del producto para evitar esta de esta forma una amenaza económica para AjonjoNic S.A.
Dificultad en la introducción del producto en el mercado	Replantear el enfoque del mercadeo, y asegurar que el nuevo enfoque logre convencer a la población logrando clientes nuevos

OPORTUNIDADES	ACCIONES A IMPLEMENTAR
1- Producto innovador inexistente en el mercado	Presentar al cliente múltiples beneficios para la salud al consumir el producto, usando una publicidad extensiva.
2- Generar utilidades mediante el complemento alimenticio para mujeres embarazadas	Comercializar en los diversos segmentos de un poder adquisitivo medio, que desea consumir productos saludables
3- Diversificar presentación del producto para ingresar a nuevos mercados	Asegurar el consumo de la presentación actual mediante una fuerte estrategia de mercadeo, para luego ampliar el mercado adicionando otros tipos de presentación para ampliar el mercado

2.9. SISTEMAS Y PLAN DE VENTAS



Capítulo 3

PRODUCCIÓN



AjonjoNic, S.A.

3.1. OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN

3.1.1. CORTO PLAZO

- ✚ Producir doce mil, doscientos setenta y seis (12,276) botellas de 500ml para jóvenes mujeres de edades entre 15 a 20 años.

3.1.2. MEDIANO PLAZO

- ✚ Aumentar la producción significativamente, sin descuidar la calidad del producto.
- ✚ Adquirir maquinaria industrial especializada para acelerar el proceso de producción.

3.1.3. LARGO PLAZO

- ✚ Aumentar nuestra producción un 30% con respecto a nuestro primer año de producción.
- ✚ Analizar la posibilidad de diversificar nuestro producto.

3.2. ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO

AjonjoNic, S.A. producirá la leche a base de ajonjolí de 500ml que se obtiene a partir de, 3/4 de taza de ajonjolí, medio litro de agua, 1 ramita de canela, 3 clavos de olor, 3 pimienta de chapa y dos y media cucharaditas de miel.

VALORES NUTRICIONALES		
SEMILLA DE AJONJOLÍ	Nutrientes	Cantidades por 100 gr (mg)
	Calcio	670mg
	Hierro	10mg
	Magnesio	346-351mg
	Fósforo	774mg
	Potasio	406-468mg
	Sodio	558mg
	Zinc	5mg
	Cobre	1.457mg
	Manganeso	2.460mg
	Selenio	344mg
	Vitamina B1	1.205mg
	Vitamina B3	5.438mg
	Vitamina B7	25.6mg
	Vitamina E	0.25mg

3.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

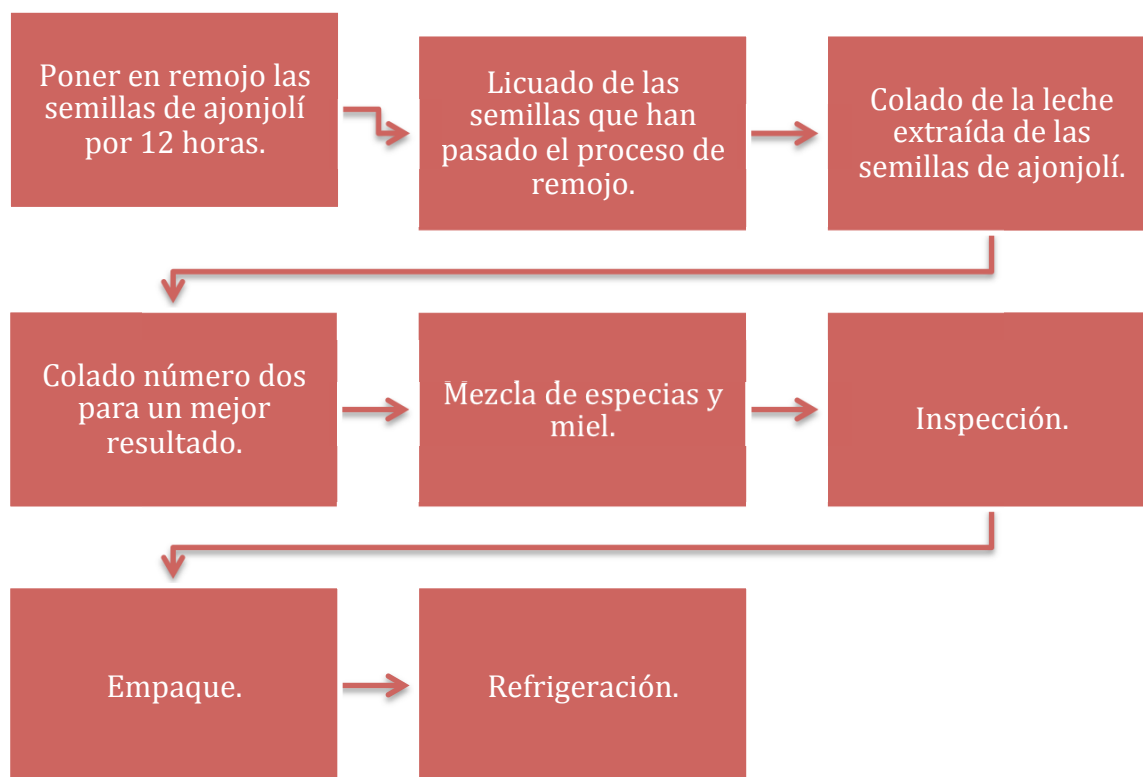
El proceso de producción del complemento alimenticio a base de ajonjolí, es el siguiente;

La materia prima a utilizar, es la semilla de ajonjolí cultivada en gran parte del país especialmente en León y Chinandega. Por lo cual nuestro proveedor principal es "COPROEXNIC R.L."

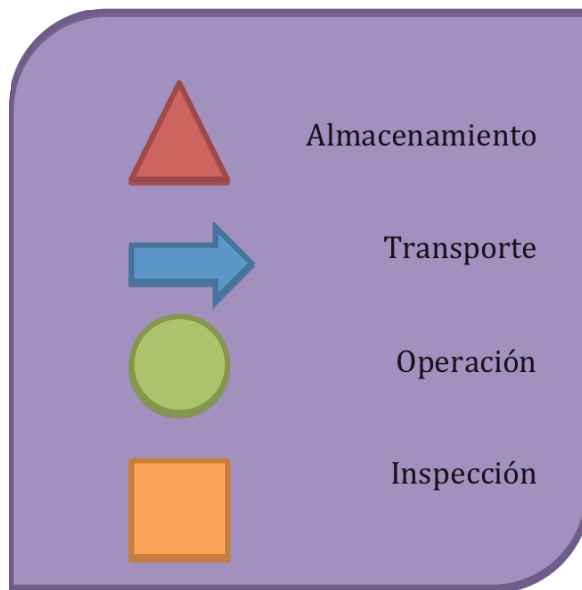
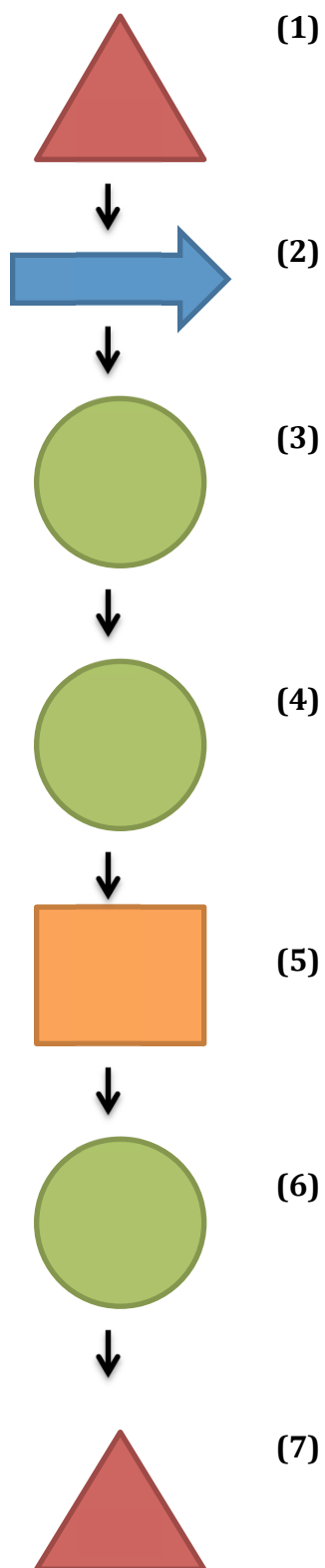
Primeramente, se deja en remojo la semilla de ajonjolí por 12 horas para la suavidad de la semilla, luego de transcurridas las 12 horas, pasa a la licuadora, pero dejando las semillas en el filtro para que sea más sencillo el proceso de colado, posteriormente, se pasa por un colador para eliminar la cáscara y/o residuos. A continuación se ha de pasar por un lienzo fino (segundo colado) para un mejor resultado, sin ningún tipo de grumos ni cáscara y así obtener una bebida más líquida y no tan espesa ni con cáscara. Continuando, añadiremos a la mezcla miel, canela, pimienta de chapa y clavo de olor para un mejor sabor, olor, color, textura y también de esta forma se añaden inmediatamente preservantes naturales con estos ingredientes antes mencionados, y así lograr que la leche dure por más tiempo en refrigeración.

Para finalizar se pasa nuestra leche pasa por supervisión y control de calidad y luego al respectivo proceso de envasado y almacenamiento en refrigeración.

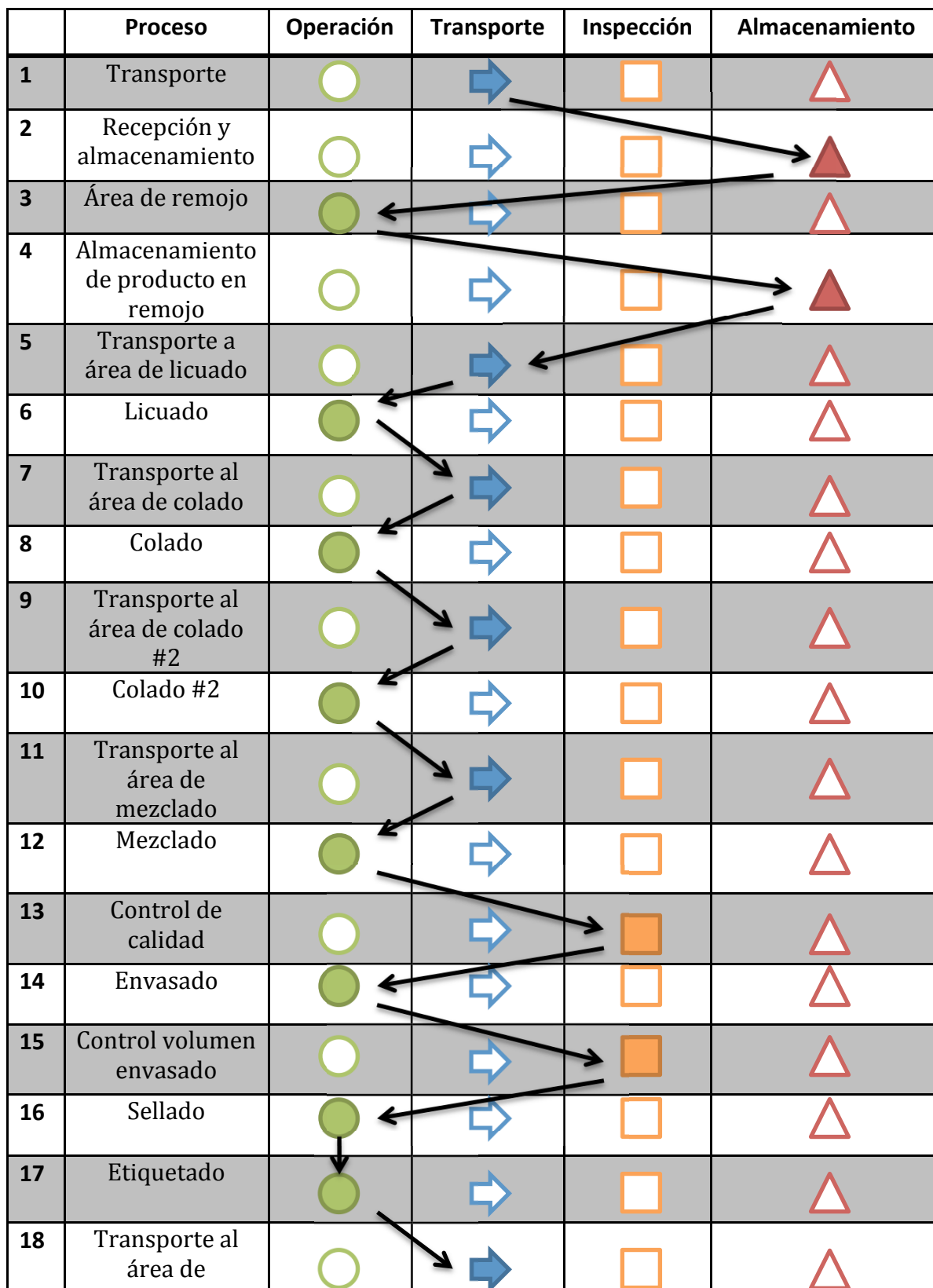
3.3.1 DIAGRAMA DE BLOQUES















3.3.2. DIAGRAMA DE FLUJOS



3.3.3. CURSOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO



18	Transporte al área de				
19	Almacenamiento				
20	Distribución				

3.4. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA

El equipo a utilizar en la producción del complemento alimenticio a base de ajonjolí, no es complejo, ya que consta con 6 ollas de aluminio grande, 6 cucharones, 6 coladores grandes, 2 licuadoras, una mesa de trabajo de aluminio grande, 6 jarras grandes de aluminio.

En el siguiente cuadro mostramos mejor la tecnología a utilizar;

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO
Mesa de trabajo de acero inoxidable	1	\$ 2,000
Olla de aluminio grande	6	\$ 702
Cucharones grandes	6	\$ 240
Coladores grandes	6	\$ 234
Turbo licuadora SMX 600E	2	\$ 39,390
Jarras grandes de aluminio	6	\$ 600
TOTAL	-----	\$ 43,166

3.5. EQUIPOS , HERRAMIENTAS, TRANSPORTE Y ÁREA PRODUCTIVA

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDADES	PRECIO UNITARIO US\$	COSTO US\$
Mesa de acero inoxidable	1	\$ 2,000	\$ 2,000
Olla de aluminio grande	6	\$ 117	\$ 702
Cucharones grandes	8	\$ 30	\$ 240
Coladores de acero inoxidable grandes	6	\$ 39	\$ 234
Turbo licuador SMX 600E	2	\$ 19,695	\$ 39,390
Jarra grande de aluminio	6	\$ 100	\$ 600
TOTAL			\$ 43,166

3.6. MATERIA PRIMA

La materia prima que **AjonjoNic, S.A.** utilizará para la elaboración de 500ml del complemento alimenticio a base de ajonjolí es la siguiente;

Materia Prima	Cantidad
Semillas de ajonjolí	38 gr
Agua	3 tazas
Miel	2 ½ cucharadas
Canela	1 raja
Clavo de olor	3 unidades
Pimienta de Chapa	4 unidades

3.7 IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES Y COTIZACIONES

3.7.1. MATRIZ COMPARATIVA DE LOS PROVEEDORES

MATERIA PRIMA	PROVEEDOR	PRECIO	CANTIDAD	CALIDAD	PROVEEDOR SELECCIONADO
Semilla de Ajonjolí	APRENIC	\$ 130	1 quintal	Muy Buena	
Semilla de Ajonjolí	COPROEDNIC	\$ 80	1 quintal	Excelente	<input checked="" type="checkbox"/>
Canela en astilla	Mercado Oriental	\$ 4	1 libra	Excelente	<input checked="" type="checkbox"/>
Canela molida	Mercado Roberto Huembes	\$ 8	1 libra	Muy Buena	
Clavo de Olor	Mercado Oriental	\$ 3	1 libra	Excelente	<input checked="" type="checkbox"/>
Clavo de Olor	Mercado Roberto Huembes	\$ 18.55	1 libra	Muy Buena	
Miel de Abeja 100% natural	ECOEXPORT S.A	\$ 3.47	720 gr	Excelente	<input checked="" type="checkbox"/>
Miel de Abeja La Colmena	Mercado Roberto Huembes	\$ 0.96	500 gr	Muy buena	

3.8. CAPACIDAD INSTALADA

El termino de “capacidad instalada” se emplea para hacer referencia al volumen de producción que puede obtenerse en un determinado periodo de producción. **AjonjoNic, S.A.** cuenta con una capacidad instalada mensual de cien mil (100,000) botellas de 500ml de leche durante el primer mes del primer año resultando así, con doce millones (12,000,000) de botellas de 500ml de leche a base de ajonjolí para el primer año.

A medida que el tiempo avance y que la empresa crezca, la producción variará y será mayor, teniendo así un resultado estimado de ciento quince mil (115,000) botellas de 500m

Esta capacidad instalada, representa la cantidad de botellas de leche de 500ml que se producirían, si las máquinas y los operarios realizarán las actividades al 100%, enfocándose únicamente en este producto.

3.9. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

CRITERIOS	UBICACIÓN			
	Zona de Altamira, Managua.	Bolonia, Managua.	Camino de Oriente, Managua.	Km 7, carretera sur, Managua.
Seguridad	3	4	5	5
Proveedores	2	4	3	5
Instalaciones e infraestructura	2	3	5	5
Disponibilidad de servicios básicos	3	4	4	5
Acercamiento con los clientes	2	4	3	4
Costo de adquisición y terreno	2	3	3	3
Costo de construcción/remodelación	4	2	1	0
Acceso a carretera y transporte	5	5	5	5
Disponibilidad de mano de obra	5	3	3	5
PUNTAJE	28	32	32	37

3.10. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA Y SUS OFICINAS



3.11. MANO DE OBRA REQUERIDA

MANO DE OBRA REQUERIDA		
Puesto	Cantidad	Salario mensual (U\$)
Operarios	4	\$170
Gerente General	1	\$300
Gerente de Mercadeo y Ventas	1	\$250
Personal del limpieza	1	\$150
Vigilante	1	\$150
Conductor	1	\$150
TOTAL	9	\$1,170

3.12. PROCEDIMIENTO DE MEJORA CONTINUA

Uno de los objetivos fundamentales de **AjonjoNic, S.A.** es ser una empresa que inspire confiabilidad a sus clientes, por lo tanto el tema de la mejora continua es de sumo interés para nuestra empresa mantenga y se desenvuelva cada vez mejor en la calidad de su producto.

Con respecto al control y mantenimiento de la calidad, **AjonjoNic, S.A.** posee un área de producción y después de cada proceso productivo se pasará por una respectiva supervisión a cargo de un operador especializado, para mantener el control de calidad del producto de la leche a base de ajonjolí.

AjonjoNic, S.A. mantendrá una mejora continua, a través de la retroalimentación obtenida por nuestros consumidores, la cual se obtendrá a través de un buzón de sugerencias ubicado en el área de recepción de la empresa, pero también gracias a una retroalimentación obtenida por nuestro personal de producción, mediante encuestas mensuales sobre el desempeño que se da dentro de la empresa.

3.13. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

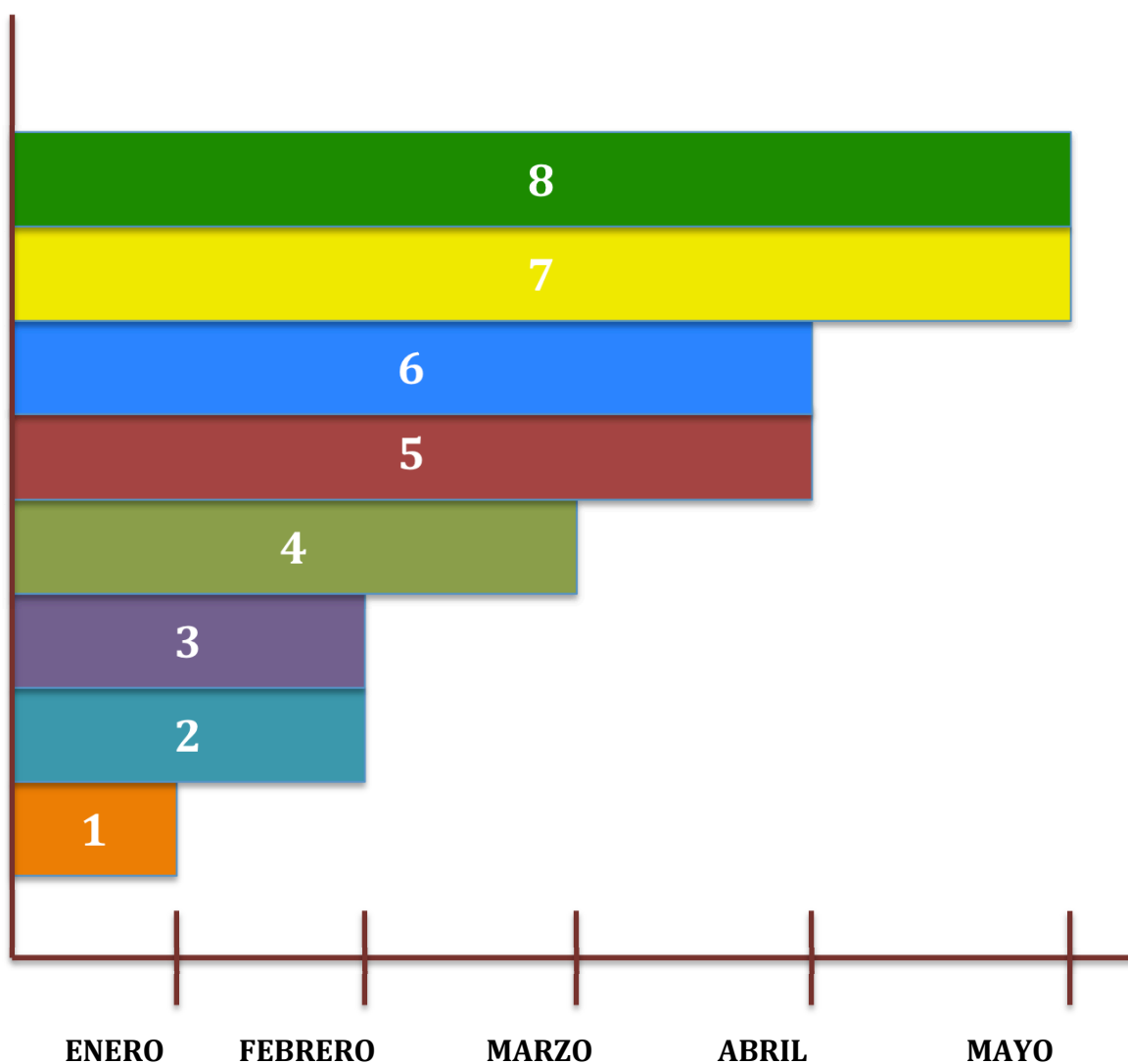
Las actividades pre- operativas que **AjonjoNic, S.A.** estará llevando a cabo son;

NO.	ACTIVIDAD	PERSONAL ENCARGADO	PERIODO DE REALIZACIÓN
1	Rentar y acondicionar el área de trabajo	Nubia Aguilar	09 al 19 de enero 2015
2	Selección del proveedor	Katherine López	12 de enero al 16 febrero 2015
3	Compra de equipos	Katherine López	26 de enero al 23 de febrero 2015
4	Selección y contratación del personal	Nubia Aguilar	26 de enero al 16 de marzo 2015
5	Capacitación del Personal	Nubia Aguilar	23 de marzo al 24 de abril 2015
6	Obtención de la materia prima	Katherine López	23 de febrero al 24 de abril 2015
7	Pruebas de producción	Krisley Bolaños	27 de abril al 1 de mayo 2015
8	Iniciar operaciones	Krisley Bolaños	4 de mayo 2015 al 2020

3.13.1. DIAGRAMA DE GANTT

Numero de días anteriores a la fecha de arranque – 08 días
 Fecha de arranque – 09 de Enero de 2015

ACTIVIDADES



Capítulo 4

ESTUDIO ORGANIZACIONAL



AjonjoNic, S.A.

4.1. OBJETIVOS DEL ÁREA ORGANIZACIONAL

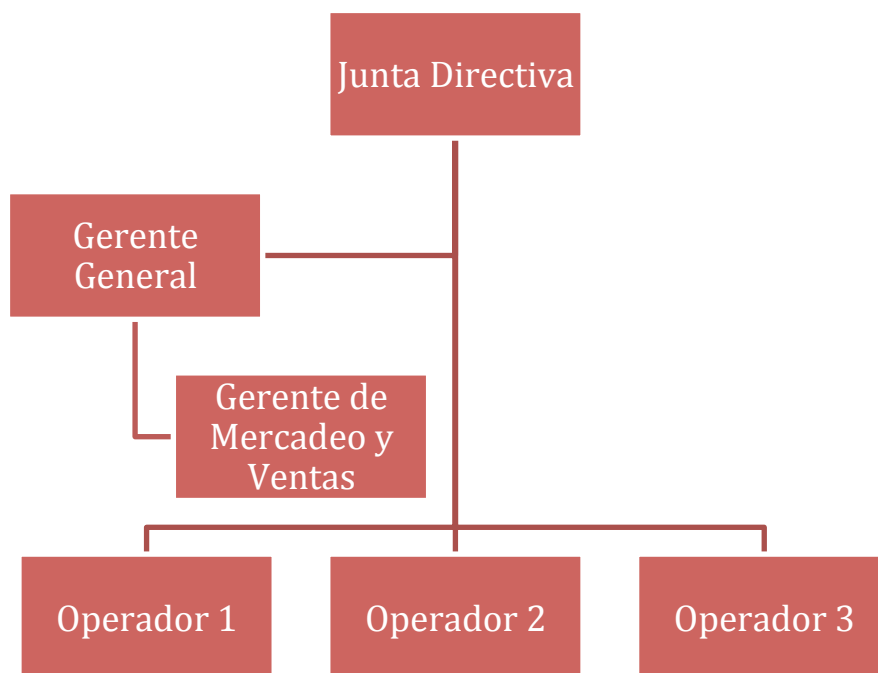
- ✚ Hacer contacto con el sector económicamente más vulnerable de nuestro país.
- ✚ Ofrecer un producto saludable y nutricionalmente beneficioso para la población.
- ✚ Crear una alternativa nutricional innovadora.
- ✚ Aminorar gastos y precios de producción para ofrecer un producto económicamente accesible.
- ✚ Llegar a ser la empresa líder en la manufacturación de la semilla de ajonjolí como base de una alternativa nutricional en Nicaragua.

4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizativa de **AjonjoNic, S.A.** es formada por;

- ✚ Junta Directiva
- ✚ Gerencia General
- ✚ Gerente de Mercadeo y ventas
- ✚ Operadores
- ✚ Personal de limpieza
- ✚ Chofer
- ✚ Vigilante

4.3. ORGANIGRAMA



4.4. FUNCIONES ESPECÍFICAS POR PUESTO

4.4.1. JUNTA DIRECTIVA

JUNTA DIRECTIVA	COMPOSICIÓN	FUNCIONES
<p>La Junta directiva de AjonjoNic S.A está compuesta por el total de los socios accionistas, encargados de la toma de decisiones vitales para el funcionamiento de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presidente • Vice-Presidente • Secretario • Tesorero 	<ul style="list-style-type: none"> • Encargada de la toma de decisiones que afecten el rubro del negocio. • Debe de cumplir sus funciones específicas, establecidas en el Acta Constitutiva de la empresa tales como: Convocar asamblea anual, convocar asamblea mixta, convocar asamblea constituyente. • Dividir el capital social y de amortización. • Responsable de los aumentos y división del capital social por medio de la aportación de los socios. • Encargada de la cesación de la sociedad y todas aquellas contenidas en el pacto social y estatutos de la sociedad anónima.

4.4.2. FUNCIONES ESPECÍFICAS POR PUESTO

Presidente

Propósito

- Modular la participación de los accionistas de la empresa en las distintas asambleas, además de procurar el consenso en la toma de decisiones de la misma. Siendo de este modo un puente entre los accionistas y el sector operativo de la empresa.

Funciones específicas por puesto

- Ejercer la representación legal de la empresa.
- Brindar las directrices máximas al Gerente General de la empresa.
- Firmar cheques en forma conjunta con cualquiera de los dignatarios: Vicepresidente y Tesorero.
- Ejercer las demás atribuciones que le correspondan según el Estatuto y Reglamento correspondientes. En caso de falta, ausencia o impedimento del Presidente, este podrá ser reemplazado dentro del siguiente orden: Bien sea por el Vicepresidente o por el Tesorero.

Gerente General

Propósito

- Ejercer la autoridad funcional ante los demás cargos ejecutivos, administrativo y operacionales de la organización; además fijará las políticas admirativas, operacionales y de calidad establecidas por la Junta Directiva.

Funciones específicas por puesto

- Desarrollar las estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas de la empresa.
- En conjunto con sus subordinados volverá operativos los objetivos y estrategias, desarrollando planes de acción de corte, mediano y largo plazo.
- Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión)
- Cualquier transacción financiera mayor como obtención de préstamos, cartas de crédito, etc. deben contar con su aprobación.
- Coordinar la planificación y administración del presupuesto económico y financiero de AjonjoNic, S.A.
- Planificar, administrar y autorizar la correcta administración de la deuda de nuestra empresa en relación con la Banca.

Escolaridad

- Graduado en Licenciatura de Administración de Empresas, Economía o carreras a fines

Habilidades

Responsable, de buenas relaciones interpersonales, actitud de líder y proactivo, tomador de decisiones y capacidad de bajar bajo presión.

Experiencia

Dos años en puestos de Dirección, Gerencia o cargos similares.

Gerente de Mercadeo y Ventas

Propósito

- Encargado de analizar y evaluar las necesidades de expansión de nuestro mercado, en el marco de la perspectiva del crecimiento de la demanda y la influencia del sistema de distribución, para realizar la ejecución optima del plan de ventas.

Funciones específicas por puesto

- Definir un plan estratégico de Marketing, acorde con los objetivos de **AjonjoNic, S.A.**
- Establecer un modelo de evaluación en coordinación con la Gerencia de Ventas, que permita conocer el avance y los resultados de las ventas.
- Realizar análisis del sector de telecomunicaciones que incluya Clientes, Proveedores, Competencia, Servicios Sustitutos y a los posibles ingresantes al Mercado.
- Planea, organiza, dirige y evalúa todos los aspectos relacionados con la comercialización y distribución de NutriVid.
- Seleccionar y vincular clientes potenciales y la atención de clientes actuales, para lograr la venta efectiva del producto y mantener las relaciones creciente y a largo plazo; siendo así rentables y de riesgo controlado.
- Conocimiento de los clientes con sus características, tamaño, ubicación, necesidades y costumbres.
- Conocimientos de los productos de la empresa y los sistemas de ventas y canales de distribución de la empresa.
- Conocimiento de la competencia con sus ventajas y debilidades competitivas.

- Ejecución del plan de ventas.
- Reclutamiento, selección y contratación de la fuerza de ventas.

Escolaridad

Graduado o técnico en Marketing y Publicidad.

Habilidades

Proactivo, espíritu emprendedor y creativo, buena comunicación escrita y oral, buenas relaciones interpersonales

Experiencia

Dos años ejerciendo cargos de investigación de mercado, las telecomunicaciones o administración del área de mercadeo.

Operadores

Propósito

- Encargado de realizar los distintos procesos de producción y transformación de la materia prima a un producto final de calidad.

Funciones específicas por puesto

- Realizar las actividades de transportación de la materia prima hacia el lugar específico de trabajo.
- Tener en cuenta la cantidad de materia prima a utilizarse para crear el complemento alimenticio.
- Garantizar el cumplimiento de los requisitos de calidad y seguridad industrial en la manufactura y acondicionamiento de los productos.
- Elaborar el producto final para transportarlo al área de trabajo del agente distribuidor.

Escolaridad

Grado académico de educación secundaria (con validez oficial)

Habilidades

Poseer conocimiento de manejo de maquinaria y utensilios de cocina, ser paciente y con actitud de aprender.

Experiencia

No requerida.

Vigilante

- **Propósito**

Garantizar la seguridad y el resguardo de las instalaciones de la empresa.

Funciones específicas por puesto:

- Ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles, así como la protección de las personas que puedan encontrarse en los mismos.
- Evitar la comisión de actos delictivos o infracciones en relación con el bien de su protección.
- Efectuar la protección del almacenamiento, recuento, clasificación y transporte de dinero, valores y objetos valiosos.

Escolaridad

Grado académico de educación secundaria (con validez oficial)

Habilidades

Responsable, ordenado y puntual.

Experiencia

No requerida.

Personal de Limpieza

- **Propósito**

Realiza varias tareas de limpieza para garantizar la higiene de las instalaciones de la empresa como áreas de producción, servicios y oficinas.

Funciones específicas por puesto:

- Ser responsable de limpiar las oficinas administrativas.
- Encargado de limpiar las áreas del comedor después de las comidas y los eventos especiales.
- Se requiere que limpie las áreas comunes, las salas de descanso de los empleados, los baños para visitantes y los pasillos, incluidas las barandillas.

Escolaridad

Grado académico de educación secundaria (con validez oficial)

Habilidades

El empleado debe demostrar periódicamente la capacidad para establecer y mantener buenas relaciones laborales con los colegas y el personal de otros departamentos.

Experiencia

No requerida.

Conductor

- **Propósito**

Asistir a la administración mediante la prestación correcta y oportuna del servicio de transporte, manteniendo el vehículo que se le asigne en perfecto estado de orden, presentación y funcionamiento.

Funciones específicas por puesto:

- Mantener los documentos del vehículo actualizados y hacerlos llegar a la empresa cada vez que se requiera, esto con fin de mantener la información correcta cada vez que se realice un cargue.
- Informar oportunamente al Gerente General toda colisión o accidente de tránsito que se presente en cumplimiento de sus funciones.
- Distribuir el producto NutriVid que ofrece **AjonjoNic S.A.**
- Llevar el control e inventario de la materia prima y el producto final en el almacén o bodega.
- Establecer las rutas de acceso para la distribución del producto, logrando así maximizar los recursos de la empresa, para luego brindárselas al conductor.

Escolaridad

Grado académico de educación secundaria (con validez oficial)

Habilidades

El candidato debe ser atento, responsable y con conocimientos de vehículos

Experiencia

Un año en puestos afines.

4.5. CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

4.5.1. RECLUTAMIENTO

El proceso de reclutamiento iniciará por anuncios en las páginas amarillas del periódico, también se instalarán mantas publicitarias y se publicaciones en las redes sociales. La información se referirá a: nombre de la empresa, puestos vacantes, documentación a presentar y dirección de la empresa.

4.5.2. SELECCIÓN

El aspirante a la vacante deberá presentarse en las instalaciones de la empresa con la documentación requerida como: Currículum Vitae, Record de policía original y fotocopia, Carta de los dos últimos trabajos o cartas de recomendación, de no haber laborado antes; además fotocopia de títulos.

El aspirante deberá llenar una solicitud de empleo y adjuntará sus documentos para que el equipo de Recursos Humanos le entregue documentación al Gerente del área en específica del cual se requiere personal. Posteriormente el Gerente del área en específico entrevistará al candidato para analizar sus aptitudes y habilidades para determinar si el candidato es apto o no para el puesto vacante.

4.5.2. SELECCIÓN

El aspirante a la vacante deberá presentarse en las instalaciones de la empresa con la documentación requerida como: Currículum Vitae, Record de policía original y fotocopia, Carta de los dos últimos trabajos o cartas de recomendación, de no haber laborado antes; además fotocopia de títulos.

El aspirante deberá llenar una solicitud de empleo y adjuntará sus documentos para que el equipo de Recursos Humanos le entregue documentación al Gerente del área en específica del cual se requiere personal. Posteriormente el Gerente del área en específico entrevistará al candidato para analizar sus aptitudes y habilidades para determinar si el candidato es apto o no para el puesto vacante.

4.5.3. CONTRATACIÓN

El candidato elegido deberá firmar un contrato laboral donde se hará formal la relación de trabajo, garantizando los intereses tanto del empleado como la empresa. A continuación el contrato laboral:

AjonjoNic, S.A., Contrato laboral por tiempo indeterminado.

Nosotros la junta directiva de **AjonjoNic, S.A.**, bajo la representación del señor; apoderado general judicial, con sus generales de ley, quien para los efectos de este contrato se llamara: EL EMPLEADOR, Y el señor; generales de ley que para efectos de este contrato se llamara EL TRABAJADOR., hemos acordado celebrar el presente contrato de trabajo por tiempo determinado que se regirán de acuerdo a los siguientes términos de referencia contenido en las Cláusulas detalladas a continuación.

CLÁUSULA PRIMERA: el empleador requiere los servicios por tiempo indeterminado del trabajador para su desempeño en el campo de la producción que se detallara para cada trabajador.

CLÁUSULA SEGUNDA: el trabajador se compromete a cumplir a satisfacción con los requisitos de **AjonjoNic S.A.**, además de todas las metas de producción.

CLÁUSULA TERCERA: al trabajador se le pagara en concepto de salario mensual los días 15 y 30 de cada mes, en dólares y por medio de la modalidad de tarjeta de tarjeta de débito.

CLÁUSULA CUARTA: en cuanto a la jornada de trabajo será normal de 8:00 de la mañana a 5:00 de la tarde con un periodo de almuerzo de una hora establecida dependiendo las necesidades de la producción y dos descansos de 15 minutos establecidos de la misma manera, trabajara de lunes a sábado con domingo libre, tendrán derecho a 4 horas extras a la semana, lo cual ser a convenido y programado directamente con el jefe inmediato.

CLÁUSULA QUINTA: DE LAS CAPACITACIONES: el trabajador deberá asistir de manera obligatoria a cursos, talleres, seminarios y capacitaciones que tienen el objeto de su formación profesional técnica en el ramo de su servicio para la empresa, dichas capacitaciones serán totalmente gratuitas para el trabajador y se programaran por medio del departamento de recursos humanos y los distintos gerentes relativos a los trabajadores a capacitar, para llevarse a cabo serán notificadas con quince días de anticipación.

CLÁUSULA SEXTA: ambas partes trabajador y empleador de común acuerdo expresemos nuestra conformidad con lo impuesto por el marco jurídico de nuestra nación en su legislación vigente, 1). En el artículo 5 literal a) de la ley número 539. Ley de seguridad social, publicada en la gaceta número 225 del 20 de noviembre del 2006 y 2) decreto número 975 reglamento general de la ley de seguridad social publicado en la gaceta número 82 del 28 de abril del 2005, especialmente en el artículo 1 literal b del reglamento en la cual se establece la obligatoriedad de sujetar al régimen de seguridad social a todas aquellas persona que presten un trabajo, independientemente de cuál sea su naturaleza jurídica o económica, además se retendrá el pago de ir establecido en la ley correspondiente a la materia.

CLÁUSULA SÉPTIMA: el trabajador se compromete a cumplir de la forma esperada con las metas de producción trazadas para cada mes, además que esta consiente que de no hacerlo se verá ante correcciones disciplinarias, mismas contenidas en el reglamento interno de la empresa.

CLÁUSULA OCTAVA: el presente contrato se entiende por tiempo indeterminado y sin hacer detrimento del derecho que tienen las partes para hacer terminación del mismo en el momento que lo crean conveniente por medio de mutuo acuerdo o por medio de cualquiera de los medios de disolución de la relación del trabajo establecidos en el código de trabajo de la República de Nicaragua.

CLÁUSULA NOVENA: cualquier laguna, vacío o necesidad de aclaración será dilucidado al tenor del reglamento interno de la empresa y el código de trabajo de la República de Nicaragua.

CLÁUSULA DÉCIMA: ambas partes entendidas que el presente trabajo es por tiempo indeterminado y genera una relación laboral y prestaciones de ley, se comprometen a cumplirlo a cabalidad y a que funja como ley entre ambas partes.

En fé de lo anterior y estando de acuerdo ambas partes, firmamos dos tantos de un mismo tenor, en la ciudad de Managua la fecha.

4.5.4. INDUCCIÓN

El Gerente General en conjunto con el Gerente ejecutivo del área en específico se encargarán de brindarle la bienvenida al nuevo empleado de la siguiente manera:

- ✚ Presentación de la misión y visión de la empresa.
- ✚ Presentación del rubro en el que se desarrolla **AjonjoNic. S.A.**, así como también su posición en el mercado.
- ✚ Exposición del Reglamento interno de la empresa.
- ✚ Recorrido por todas las áreas de la empresa.
- ✚ Explicación de las actividades a realizarse en el área específica de trabajo, al igual que la importancia que poseen para alcanzar los objetivos y metas propuestas de la empresa.

4.6. DESARROLLO DEL PERSONAL

El principal objetivo del desarrollo de personal es aportar al mejoramiento de las habilidades, cualidades y actitudes de los trabajadores. Mantener un ambiente profesional, en el cual las relaciones laborales no se vean afectadas es una estrategia para poder alcanzar los objetivos de la acción empresarial. El emprendimiento de actividades que mejoren el rendimiento productivo de los trabajadores no solamente está enfocado en lograr buenos resultados en la gestión empresarial; sino también está enfocado en la conformidad y actitud positiva que los trabajadores deben sentir y transmitir.

4.6.1. ADIESTRAMIENTO

Se entrenará y/o capacitará a los trabajadores de la empresa para desarrollar sus conocimientos, reforzar sus habilidades que son requeridas para el puesto y posteriormente se realizarán ejercicios prácticos para valorar las destrezas y nuevos conocimientos adquiridos.

4.6.2. CAPACITACIÓN

El personal de **AjonjoNic S.A** estará participando en capacitaciones periódicas que les permitirán actualizar sus conocimientos, aprender nuevos procesos técnicos dependiendo de su cargo.

Además asistirán a talleres motivacionales donde se impartirán charlas sobre superación personal, autoestima y como realizar un buen trabajo en equipo; dichos talleres serán impartidos por especialistas en la materia o el Gerente General de la empresa.

4.6.3. VALORES DE LOS EMPLEADOS

Los trabajadores de **AjonjoNic S.A.** deberán ejercer los siguientes valores en la empresa:

- ✚ Respeto
- ✚ Responsabilidad laboral
- ✚ Puntualidad
- ✚ Orden
- ✚ Amabilidad
- ✚ Pro actividad
- ✚ Honestidad

4.7. EVALUACIÓN AL DESEMPEÑO

El proceso de evaluación al desempeño que se realizará será tanto de manera cualitativa como cuantitativa para identificar el grado de eficacia de las actividades que realizan los empleados en los puestos de trabajo donde se desarrollan.

La metodología que se utilizará para el cumplimiento de la evaluación será la siguiente:

- ✚ El Gerente General se encargará de evaluar el desempeño de los trabajadores mediante el método de comparación por factores. El Gerente General obtendrá una hoja con los datos del trabajador que será evaluado en conjunto con una cantidad de factores relacionados a los objetivos y metas; así como también los indicadores de medición, resultados en porcentaje y conclusiones.

- Durante la evaluación el Gerente General le realizará preguntas al trabajador para analizar las áreas de fortalezas y oportunidades, al igual investigará su perspectiva de trabajo con sus compañeros de trabajo.
- Al final de la evaluación, una vez obtenidos todos los resultados y porcentajes el Gerente General le hará conocer los resultados obtenidos, algunas técnicas y motivaciones para que el trabajador continúe mejorando en la empresa.

4.8. RELACIÓN DE TRABAJO

Todas las relaciones laborales de la empresa **AjonjoNic S.A.** serán por tiempo indeterminado, instituidas por medio de contrato laboral debidamente redactado ante notario público y aceptado por las partes, empleador y trabajador.

Las relaciones laborales dentro de la mentada empresa, estarán regidas por medio de:

- Código del trabajo de Nicaragua.
- Contrato de trabajo.
- Reglamento interno.
- Tratados internacionales del trabajo.
- Normativa general de la OIT.

4.8.1. REGLAMENTO INTERNO

REGLAMENTO INTERNO AJONJONIC S.A

Capítulo I

Disposiciones generales

Capítulo II

Solicitud de empleo

Capítulo III

Tipos de trabajadores, puestos y salarios.

Capítulo IV

Salarios.

Capítulo V

Descansos y permisos.

Capítulo VI

Naturaleza del trabajo.

Capítulo VII

De las faltas y sanciones.

Capítulo VIII

De la cortesía.

Capítulo IX

Vestimenta.

CAPÍTULO UNICO

DISPOSICIONES FINALES.

Capítulo I

Disposiciones generales

Artículo 1. Objetivo.- el objetivo del presente reglamento es para instituir y regular las relaciones de trabajo y el debido comportamiento dentro de la empresa **AjonjoNic S.A.**, en todo lo referido a derechos, obligaciones y tareas.

Artículo 2. Definiciones.- se entenderán para **AjonjoNic S.A.** los siguientes términos con las definiciones que siguen:

- A. Empleador: es el responsable de la contratación y regulación de las relaciones de trabajo dentro de la empresa, está representado por el departamento de recursos humanos, los gerentes y la administración.
- B. Trabajador: todo aquel subordinado a un jefe inmediato y será representado por el total de la masa de trabajo en relación a la junta directiva.
- C. Producción: entiéndase por producción todo el proceso que lleve al acabado del producto final.
- D. Receta: entiéndase por receta la forma particular de la empresa **AjonjoNic, S.A.** para mezclar especies e ingredientes hasta tener la calidad única del producto final.

Artículo 3. Inoperatividad del reglamento: todos y cada uno de los trabajadores de **AjonjoNic, S.A.** deberán guardar respeto y señorío al presente reglamento como instrumento regulador y normativo de todo su actuar dentro de la empresa,

durante todo el tiempo de la relación de trabajo, entiéndase también que este documento será normado por el código de trabajo de Nicaragua y ambas normas servirán de forma coadyuvante como regulación laboral para **AjonjoNic, S.A.**

Capítulo II

Solicitud de empleo

Artículo 4.- de la solicitud de empleo- una vez entrada en vigencia la producción de **AjonjoNic, S.A.**, se habrá convocatoria para los distintos cargos y puestos dependiendo a las necesidades de la empresa, todas aquellas personas que atiendan a dicha convocatoria tendrán que presentar por escrito solicitud de empleo que será acompañada con los siguientes requisitos:

- Copia de cedula de identidad
- Hoja de vida
- Record de policía
- Dos cartas de referencia y una carate de recomendación
- Certificado de salud.

Artículo 5.- de la entrevista de trabajo: previo análisis de la solicitud de trabajo y revisión de los documentos adjuntos el gerente de recurso humanos llamara a entrevistas a los aspirantes del puesto de trabajo donde se le dará a conocer sobre la decisión de su inserción o no a la empresa.

Artículo 6: del periodo de prueba: una vez seleccionados los aspirantes al cargo después de la entrevista, será entrenados y puesto en un periodo de prueba de 2 meses para después ser contratados por tiempo indeterminado.

Artículo 7. Del entrenamiento.

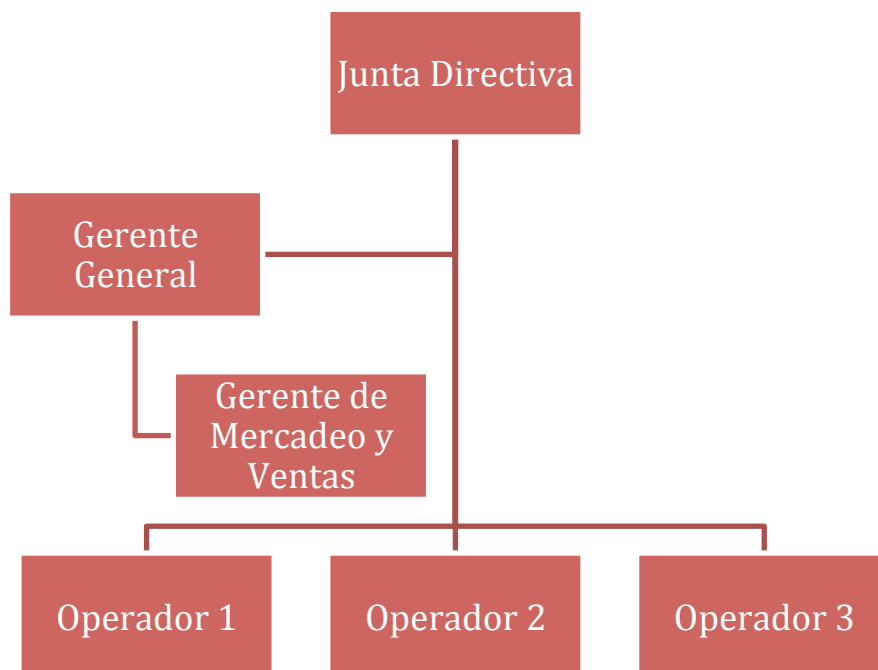
Artículo 8. Contratación:- una vez terminado el periodo probatorio el trabajador será contratado vía contrato laboral por tiempo indeterminado, donde se le reconocerán sus prestaciones de ley.

Capítulo III

Tipos de trabajadores, puestos y salarios

Artículo 9. En **AjonjoNic S.A.** los trabajadores se dividirán en dos sectores, 1. Sector administrativo gerencial y 2. El sector productivo, el primero encargado de la toma de decisiones y gestión financiera de la empresa y el segundo en llevar a cabo toda la producción de a la misma.

Artículo 10. Organigrama de la empresa. La empresa **AjonjoNic S.A.** estará instituida bajo el siguiente organigrama de funciones y puestos.



Capítulo IV

El salario.

Artículo 11. Del salario. El salario mensual en **AjonjoNic S.A.** será pagado de forma quincenal en dólares y por medio de la modalidad de tarjeta de débito en el banco correspondiente.

Artículo 12. Del bono por antigüedad: anualmente la empresa **AjonjoNic S.A.** proveerá a su trabajadores de un bono en forma de aumento salarial de 13.8% de su salario mensual.

Artículo 13. Los salarios serán distintos según el sector al que se labora y cumplirán estrictamente la legislación del salario mínimo vigente.

Capítulo V

De los descansos y permisos

Artículo 14. Todos los trabajadores de **AjonjoNic S.A.** tendrá derecho a descansar el séptimo día de sus semana de trabajo además que acumularan vacaciones conforme a ley.

Artículo 15. Todos los trabajadores tendrán el derecho a pedir permisos especiales o vacaciones extraordinarias, las cuales serán discutidas y aprobadas o rechazadas

dependiendo a las necesidades de la empresa, dicho pedimento debe hacerse por medio de solicitud escrita ante el jefe inmediato con copia a recursos humanos y al gerente específico para el cargo o puesto que desempeña el trabajador.

Capítulo VI

Naturaleza del trabajo

Artículo 16.- en la empresa **AjonjoNic S.A.** la naturaleza del trabajo es del producción es decir que todas las acciones y tareas llevadas a cabo para obtener la metas de producción deben seguir un procedimiento específico y particular para sector, la producción debe hacer de forma expeditas y beligerante para poder garantizar el cumplimiento de las normas de producción y alcance de las metas. Dichos procesos serán entregados en forma de manual de procedimientos por los gerentes a los trabajadores y variaran según el sector y puesto de trabajo

Artículo 17. El sector industrial productivo de la empresa entiéndase las máquinas de producción también ser regirán por los entandares de seguridad ocupacional, ISO9001, además por los manuales de funcionamiento óptimo de la maquinaria en específico.

Capítulo VII

De las faltas y sanciones

Artículo 18.- se entiende por falta toda aquella conducta que vaya en contra de este reglamento, el código de trabajo, la moral y las buenas costumbres. Las faltas se dividirán en leves, graves y muy graves.

Artículo 19.- clasificación de las faltas, se entenderán por faltas leves: las llegadas tarde, la inasistencia por causa injustificada y se sancionara con una advertencia verbal.

Se entenderá por falta grave la reincidencia por más de dos veces de una falta leve, o cualquier incidente de forma violenta con un compañero de trabajo, o la revelación de alguno de los secretos y recetas de producción de la empresa a cualquier competidor, se sancionara con un amonestación escrita.

Se entenderá por una falta muy grave la reincidencia de una falta grave o Falta grave contra la vida e integridad física del empleador o de los compañeros de trabajo, Expresión injuriosa o calumniosa contra el empleador que produzca desprestigio o daños económicos a la empresa, Cualquier violación de las obligaciones que le imponga el contrato individual o reglamento interno, que hayan causado graves daños a la empresa. La cual será castigada por medio del despido inmediato a través del artículo 45 del código laboral de la República de Nicaragua.

Capítulo VIII

De la cortesía

Artículo 20.- en el área de trabajo se debe de llevar un ambiente competitivo y cooperativo la lograr el buen funcionamiento de la empresa y el alcance de la producción por lo tanto debe reinar como norma general de comportamiento la moral la cortesía y las buenas costumbres, cabe recordar que cualquier falta a lo anterior está sujeto a sanciones en sus distintas formas.

Capítulo IX

De la vestimenta

Artículo 21.- se establecerá un régimen de uniforme con un horario especial diseñado por el gerente de cada área en específico, el sector administrativo y gerencial esta absuelto del código de vestimenta.

Capítulo único

Artículo 22.-Disposiciones finales: este reglamento entrara en vigencia a partir de la entrada en función de la empresa, estará sujeto a cambios que de hacerse deberán ser debidamente notificados a los trabajadores de forma clara y entendible, el presente servirá para normar las relaciones laborales y productivas en la empresa AjonjoNic S.A, cualquier duda, vacío o incomprensión deberá ser aclarada haciendo uso del código de trabajo de la República de Nicaragua.

Como se desarrolló anteriormente las relaciones de trabajo en AjonjoNic S.A, serán por tiempo indeterminado y esta se instituirá por el siguiente contrato laboral.

4.9. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

En acuerdo al Art. 86. Capítulo II.-PAGO DE SALARIO, se pagará el salario mensual en modalidad quincenal en el lugar del trabajo y por acuerdo del empleador y trabajador; se efectuará en moneda extranjera en tarjeta de débito en el Banco LAFISE con el siguiente desglose:

SALARIOS		
Puestos	Salario Mensual US\$	Costo Total US\$
Gerente General	\$ 300	\$ 300
Gerentes de Mercadeo y Ventas	\$ 250	\$ 250
Operadores (4)	\$ 170	\$ 680
Personal de Limpieza	\$ 150	\$ 150
Vigilante de Seguridad	\$ 150	\$ 150
Conductor	\$ 150	\$ 150
TOTAL	\$ 1,170	\$ 1,680

En el inicio de operaciones de la empresa, serán los mismos accionistas quienes ejercerán los puestos de Gerencia, distribuido como:

- Gerente General: Katherine López Valle
- Gerente de Mercadeo y Ventas: Nubia Aguilar Arévalo.

4.10 MARCO LEGAL DE LA EMPRESA

AjonjoNic S.A. realizará las siguientes inscripciones para poder funcionar como una sociedad anónima debidamente constituida en la República de Nicaragua:

4.10.1. REGISTRO MERCANTIL

- ✚ Una vez redactada el acta constitutiva de conformidad al artículo 124 del código de comercio.
- ✚ Se tendrá que sacar copia de la misma y certificarla de conformidad a la ley de fotocopia.
- ✚ Se debe sellar y razonar libros contables para la debida inscripción.
- ✚ Los registros de acciones y actas se presentan ante la ventanilla de evolución para debida inscripción.
- ✚ Se llenará el siguiente formato:

SEÑOR REGISTRADOR PÚBLICO DE LA PROPIEDAD INMUEBLE Y MERCANTIL DEL DEPARTAMENTO DE MANAGUA.

YO, _____, EL CUAL ME
ENCUENTRO INSCRITO COMO COMERCIANTE EN ESTE REGISTRO
MERCANTIL BAJO EL N°_____, PAGINAS_____, TOMO_____,
SOLICITO ME SEAN RAZONADOS LOS LIBROS QUE A CONTINUACIÓN
DESCRIBO:

NOMBRE DEL LIBRO	CANTIDA DE LIBROS	CANTIDAD DE HOJAS POR LIBRO	NUMERACIÓN DE INICIO Y FINAL DE LAS HOJAS
LIBRO DIARIO			
LIBRO MAYOR			
LIBRO DE ACTAS			
LIBRO DE ACCIONES			

NOTA: UNA HOJA EQUIVALE A DOS PÁGINAS: ANVERSO Y SU REVERSO.
MANAGUA, _____ DE _____ DEL AÑO 2001.

FIRMA DEL COMERCIANTE

EL DEPÓSITO DEL ARANCEL CORRESPONDIENTE, PUEDE USTED
REALIZARLO EN CAJA DEL B.D.F. UBICADO EN LAS INSTALACIONES DE
ESTE REGISTRO DE LA PROPIEDAD O EN CUALQUIER SUCURSAL B.D.F.

4.10.2. DIRECCIÓN GENERAL DE INGRESOS (DGI)

- Requisitos generales para inscribirse y obtener el número ruc en una administración de rentas, sociedad anónima.
- Original y copia del acta constitutiva y de los estatutos, debidamente inscrita en el registro mercantil.
- Fotocopia de recibo de agua, luz, teléfono o contrato de arriendo (caso de alquiler)
- Fotocopia de cédula del representante legal; en el caso de ser extranjeros presentar copia del pasaporte y cédula de identidad.
- Inscripción de libros contables en la admón. de rentas.
- Fotocopia de cédulas de identidad de los socios nicaragüenses y de los pasaportes de los socios extranjeros.
- Obtención del código ruc, de conformidad a ley creadora del registro único del contribuyente, publicada en la gaceta, diario oficial no. 246 del 30 de octubre de 1981, para adjudicar el código único de identificación de los contribuyentes.
- Clasificación de la sociedad anónima dentro de grandes contribuyentes.

4.10.3. TRÁMITES MUNICIPALES

Requisitos Matrícula Municipal de Managua.

- Fotocopia de la Constitución de Sociedad, inscrita en el Registro Mercantil. Si esta solicitud se registró fuera de Managua, se deberá presentar la solicitud original para su cotejo.
- Fotocopia Poder General de Administración, inscrito en el Registro Mercantil.
- Fotocopia de la cédula de identidad Nicaragüense del Representante.
- Fotocopia de Poder Especial para realizar trámite y cédula de identidad, con sus respectivos timbres fiscales (si el trámite es realizado por un gestor).

4.10.4. REGISTRO DE MARCA

Se presentará ante el registro petitorio conteniendo:

- Nombre y dirección del solicitante.
- Lugar de constitución y domicilio del solicitante.
- Nombre del representante legal.
- La marca cuyo registro solicita.
- Una lista de los productos y servicios de la marca.
- Firma del solicitante y de su apoderado.
- Una reproducción en cuatro ejemplares d cuando ella tuviera una gráfica forma o color.
- Una vez efectuado el examen de la marca el registro publicara la solicitud en la gaceta.
- Una vez agotado el periodo de oposición el registro presentara examen de fondo en la marca.
- De acuerdo al artículo 19 de LEY DE MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVO. El Registro expedirá un certificado en el que conste la titularidad y vigencia de la marca solicitada, que se publicará en La Gaceta, Diario Oficial o en el medio de publicación oficial del Registro.

4.10.5. CERTIFICACIÓN SANITARIA Y FITOSANITARIA

- Certificado del MAGFOR.
- Fotocopia de solicitud del producto a exportar.
- Copia del permiso del importación del país
- Llenar la solicitud.
- Obtención de la resolución por parte del técnico oficial del departamento de certificación fitosanitaria del CETREX.

Capítulo 5

ESTUDIO FINANCIERO



AjonjoNic, S.A.

5.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE FINANZAS

2.1.1. CORTO PLAZO

- ✚ Determinar los costos variables, costos fijos y gastos.
- ✚ Establecer el flujo de efectivo para iniciar con los procedimientos de producción de los bienes a base de la semilla de ajonjolí.

2.1.2. MEDIANO PLAZO

- ✚ Mantener actualizados los estados financieros de **AjonjoNic, S.A.**
- ✚ Efectuar proyecciones de flujo de efectivo, estado de resultado y balance general para los primeros cinco años de la empresa.

2.1.3. LARGO PLAZO

- ✚ Dar continuidad a los sistemas financieros, para así poder desarrollar proyecciones financieras para los años consecutivos.

5.2. SISTEMA CONTABLE

5.2.1. ENCARGADO CONTABLE

La persona que se encargara del área contable de la empresa deberá ser un contador con experiencia que este dispuesto a llevar las finanzas de la empresa con confidencialidad y profesionalismo.

5.2.2 CATÁLOGO DE CUENTAS

El catálogo de cuentas de **AjonjoNic, S.A.** esta compuesto por partidas que se utilizan dentro del proceso contable para llevar un registro diario de las operaciones de **AjonjoNic, S.A.**

En dicho catálogo se registrarán los hechos y cifras que estén asociadas con cualquier tipo de operación que realice la empresa, catalogadas, según el orden en el que transcurren.

5.2.3. SOFTWARE A UTILIZAR

El software que la empresa ha de utilizar para poder llevar a cabo un proceso de contabilidad transparente y preciso es, Microsoft Excel y Exactus Business Software; los cuales brindan las herramientas necesarias para la realización de los cálculos a efectuarse.

5.3. FLUJOS DE EFECTIVO

5.3.1. COSTOS Y GASTOS

COSTOS	
COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS
Materiales directos Para la elaboración de la leche a base de Ajonjolí: - Semilla de Ajonjolí - Azúcar refinada - Canela - Miel - Agua - Clavo de olor - Pimienta de Chapa - Envase - Etiqueta	- Sueldos del personal - Prestaciones de personal - Depreciaciones - Intereses - Combustible para equipo de reparto - Costo de mantenimiento - Papelería y útiles de oficina - Propaganda y Publicidad - Teléfono - Impuesto municipal - Recolección de basura - Agua y alcantarillado
CIF	
Alquiler del local Mantenimiento de maquinaria y equipo Depreciación: - Maquinaria y equipos - Mobiliario y equipos de oficina Amortización: Remodelación y acondicionamiento Telecomunicaciones	
GASTOS FIJOS	
- Gastos de administración - Gastos de venta - Gastos financieros - Otros gastos	

5.3.2. INVERSIÓN INICIAL- INVERSIÓN EN ACTIVOS

SUPUESTOS DE INVERSIÓN			
CONCEPTO	INVERSIÓN TOTAL (U\$)	FINANCIAMIENTO (U\$)	
	Monto	Fondos Propios	Préstamos
Equipo:	\$ 47,104.11	\$ 7,714.11	\$ 39,390.00
Maquinaria de producción	\$ 39,390.00		\$ 39,390.00
Herramientas	\$ 3,776.00	\$ 3,776.00	
Mobiliario y equipo de oficina	\$ 3,938.11	\$ 3,93.11	
Vehículo	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	0.00
Capital Trabajo	\$ 17,631.96	\$ 17,631.96	0.00
Gastos pre operativos	\$ 4,533.43	\$ 4,533.43	0.00
TOTAL:	\$ 77,269.50	\$ 37,879.50	\$ 39,390.00
	Total	Aporte	Financiamiento
	100%	49%	51%

5.3.3. CAPITAL SOCIAL

El capital social de **AjonjoNic, S.A.** esta distribuido en sus tres socias y fundadoras; Nubia Aguilar Arévalo, Krisley Bolaños Pérez y Katherine López Valle.

NOMBRE Y APELLIDOS DEL SOCIO	PORCIÓN DE ACCIONES
Nubia Aguilar Arévalo	33.3333%
Krisley Bolaños Pérez	33.3333%
Katherine López Valle	33.3333%
TOTAL APOORTE DE SOCIOS	100 %

5.3.4. CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO	
Costos fijos primer mes año 1	\$55,104.11
Costos variables primer mes año 1	\$660.15
TOTAL	\$55,764.26

5.3.5. FINANCIAMIENTO

El préstamo que realizará **AjonjoNic, S.A.** será adquirido a través del Banco LAFISE. Dicho préstamo se realizara antes de dar inicio a las actividades productivas de la empresa.

5.3.6. ENTRADAS

Los ingresos sobre ventas, o entradas, que se esperan recibir en base al estudio de mercado son las siguientes: U\$265, 909.4 para el primer año de venta del producto, NutriVid. U\$282,103.32 para el segundo año según se tenga estimada.

5.3.7. SALIDAS

Salidas U\$

Detalles	Años / (U\$)				
	1	2	3	4	5
Presupuesto de Mercadeo	5,880.00	6,174.00	6,482.70	6,806.84	7,147.18
Depreciación	\$1,915.94	\$1,915.94	\$1,445.98	\$1,445.98	\$1,445.98
Activos de reposición	660.15	693.16	1,848.98	1,922.94	1,999.86
Gastos de mantenimiento y reparación	100.00	105.00	110.25	115.76	121.55
Alquiler, agua y luz	8,400.00	8,820.00	9,261.00	9,724.05	10,210.25
Gasto de transporte	1,080.00	1,134.00	1,190.70	1,250.24	1,312.75
Permisos de operación					
1% sobre ventas	2,659.09	2,821.03	2,992.83	3,175.10	3,368.46
Matricula alcaldía (2%)		470.17	498.81	529.18	561.41
Gastos generales	20,695.18	22,133.30	23,831.26	24,970.09	26,167.44
Gastos generales sin depreciación	18,779.24	20,217.36	22,385.27	23,524.11	24,721.46

5.3.9. DEPRECIACIÓN

Depreciación o devaluación es la disminución del valor o precio de algo, ya con relación al que antes tenía y comparándolo con otras de su clase.

A continuación, se presenta la tabla de depreciación para el primer año de producción de **AjonjoNic, S.A.**

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FÍSICOS			
CONCEPTO	COSTO	DEPRECIACIÓN (%)	DEPRECIACIÓN ANUAL
Vehículo de distribución	\$8,000	20%	\$1,600
Computadoras	\$2,610.85	50%	\$1,305.43
Escritorios de oficina	\$700	20%	\$140
Sillas de oficina	\$188.70	20%	\$37.74
Teléfonos	\$150	50%	\$75
Celulares	\$200	50%	\$100
Impresora	\$95	20%	\$19
Mesa de trabajo de acero inoxidable	\$2,000	20%	\$400
Olla de aluminio grande	\$117	20%	\$23.40
Cucharones grandes	\$30	50%	\$15
Coladores grandes	\$39	50%	\$19.50
Turbolicuador SMX 600E	\$19,695	50%	\$9,847.50
Jarras grandes de aluminio	\$100	20%	\$20
TOTAL	\$33,926		\$13,603

* Para ver tabla completa, favor referirse a Anexo no. 1.

5.4. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

5.4.1. BALANCE GENERAL PROYECTADO

BALANCE GENERAL (U\$)						
ACTIVOS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS CIRCULANTES	22,165.39	51,188.98	78,604.29	103,376.88	125,928.22	157,871.07
CAJA Y BANCOS	22,165.39	51,188.98	78,604.29	103,376.88	125,928.22	157,871.07
ACTIVO FIJO	55,104.11	53,188.17	51,272.24	49,826.25	48,380.27	46,934.29
MOBILIARIO Y EQUIPO	47,104.11	47,104.11	47,104.11	47,104.11	47,104.11	47,104.11
VEHÍCULO	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		-1,915.94	-3,831.87	-5,277.86	-6,723.84	-8,169.82
TOTAL DE ACTIVOS	77,269.50	104,377.16	129,876.53	153,203.14	174,308.49	204,805.36
PASIVOS	39,390.00	30,961.24	21,649.88	11,363.50	0.00	0.00
PASIVO LARGO PLAZO	39,390.00	30,961.24	21,649.88	11,363.50	0.00	0.00
PRESTAMO LARGO PLAZO	39,390.00	30,961.24	21,649.88	11,363.50	0.00	0.00
CAPITAL	37,879.50	73,415.92	108,226.64	141,839.64	174,308.49	204,805.36
CAPITAL SOCIAL	37,879.50	37,879.50	37,879.50	37,879.50	37,879.50	37,879.50
UTILIDAD ACUMULADA			35,536.42	70,347.15	103,960.14	136,428.99
UTILIDAD DEL PERIODO		35,536.42	34,810.73	33,612.99	32,468.85	30,496.87
TOTAL PASIVO MAS CAPITAL	77,269.50	104,377.16	129,876.53	153,203.14	174,308.49	204,805.36

5.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO (U\$)					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Porcentaje sobre ventas %	66%	67%	69%	71%	74%
Punto de Equilibrio US\$	175,094.15	190,371.83	207,803.61	226,087.72	247,838.50
Ventas (US\$)	265,909.44	282,103.32	299,283.42	317,509.78	336,846.12
Porcentaje sobre ventas %	26%	26%	26%	25%	25%
Costos Fijos	68,515.10	72,243.26	76,354.56	80,295.82	84,917.43
Mano de Obra Directa	11,750.40	13,160.45	14,739.70	16,508.47	18,489.48
Gastos generales (sin depreciación)	18,779.24	20,217.36	22,385.27	23,524.11	24,721.46
Gastos Administración	17,280.00	19,353.60	21,676.03	24,277.16	27,190.41
Depreciación	1,915.94	1,915.94	1,445.98	1,445.98	1,445.98
Intereses pagados	3,559.63	2,677.03	1,702.00	624.89	-
Impuestos	15,229.89	14,918.88	14,405.57	13,915.22	13,070.09
Porcentaje sobre ventas %	61%	62%	63%	64%	66%
Costos Variables	161,857.92	175,049.34	189,315.86	204,745.10	221,431.83
Costo de Venta (sin M.O.D.)	161,857.92	175,049.34	189,315.86	204,745.10	221,431.83

5.6. FLUJO DE CAJA

Flujo de caja (U\$)						
	Años					
	0	1	2	3	4	5
Saldo inicial		22,165.39	51,188.98	78,604.29	103,376.88	125,928.22
Ingresos (Utilidad contable)	77,269.50	35,536.42	34,810.73	33,612.99	32,468.85	30,496.87
Egresos	55,104.11					
Amortización		8,428.76	9,311.36	10,286.38	11,363.50	-
Depreciación		1,915.94	1,915.94	1,445.98	1,445.98	1,445.98

5.7. SUPUESTOS UTILIZADOS

Para la realización de un estudio financiero de calidad, se necesitaron los siguientes supuestos; el préstamo al Banco brindándonos el crédito necesario para el inicio de las operaciones; la muestra que se tomo de las encuestas para tener un punto de que es lo que desea el consumidor y así poder proporcionárselo.

5.8. SISTEMA DE FINANCIAMIENTO

El sistema de financiamiento que tendrá **AjonjoNic, S.A.** esta reflejado en la siguiente tabla;

ANÁLISIS FINANCIERO (U\$)						
VAN y TIR						
	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Utilidad contable		35,536.42	34,810.73	33,612.99	32,468.85	30,496.87
Depreciación		1,915.94	1,915.94	1,445.98	1,445.98	1,445.98
Amortización		8,428.76	9,311.36	10,286.38	11,363.50	
Flujo de fondos	(77,269.50)	29,023.60	27,415.30	24,772.59	22,551.34	31,942.85
VAN al 9.92%	27,753.89					
TIR	22%					
Tasa de descuento	0.1					
		FACTOR DE DESCUENTO				
		1.10	1.21	1.33	1.46	1.61
		FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS POR AÑO				
		1	2	3	4	5
RELACION BENEFICIO COSTO	1.33	26,385.09	22,657.28	18,612.02	15,402.87	19,834.00
Periodo de Recuperación		(50,884.41)	(28,227.13)	(9,615.12)	5,787.75	25,621.74

5.9. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Razones Financieras					
	Años				
	1	2	3	4	5
Rentabilidad sobre ventas	13%	12%	11%	10%	9%
Rentabilidad sobre inversión	46%	45%	44%	42%	39%

CALCULO DE RENTABILIDAD PROYECTADA

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	265,909.44	282,103.32	299,283.42	317,509.78	336,846.12
Costo de los bienes vendidos	173,608.32	188,209.79	204,055.56	221,253.57	239,921.31
Utilidad Bruta	\$92,301.12	\$93,893.54	\$95,227.85	\$96,256.21	\$96,924.81
Gastos generales (sin depreciación)	18,779.24	20,217.36	22,385.27	23,524.11	24,721.46
Gastos Administración	17,280.00	19,353.60	21,676.03	24,277.16	27,190.41
Depreciación	1,915.94	1,915.94	1,445.98	1,445.98	1,445.98
Total Gastos de Operación	\$37,975.18	\$41,486.90	\$45,507.29	\$49,247.25	\$53,357.86
Utilidad de Operación	\$54,325.94	\$52,406.64	\$49,720.56	\$47,008.96	\$43,566.95
Intereses pagados	3,559.63	2,677.03	1,702.00	624.89	
Utilidad antes de impuestos	\$50,766.31	\$49,729.61	\$48,018.56	\$46,384.07	\$43,566.95
Impuestos 30% IR	15,229.89	14,918.88	14,405.57	13,915.22	13,070.09
Utilidad neta	\$35,536.42	\$34,810.73	\$33,612.99	\$32,468.85	\$30,496.87

Capítulo 6

ANEXOS



AjonjoNic, S.A.

ANEXO #1.-

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FÍSICOS				
CONCEPTO	COSTO	VIDA ÚTIL (AÑOS)	DEPRECIACIÓN (%)	DEPRECIACIÓN ANUAL
Vehículo de distribución	\$8,000	5	20%	\$1,600
Computadoras	\$2,610.85	2	50%	\$1,305.43
Escritorios de oficina	\$700	5	20%	\$140
Sillas de oficina	\$188.70	5	20%	\$37.74
Teléfonos	\$150	2	50%	\$75
Celulares	\$200	2	50%	\$100
Impresora	\$95	5	20%	\$19
Mesa de trabajo de acero inoxidable	\$2,000	5	20%	\$400
Olla de aluminio grande	\$117	5	20%	\$23.40
Cucharones grandes	\$30	2	50%	\$15
Coladores grandes	\$39	2	50%	\$19.50
Turbolicuador SMX 600E	\$19,695	2	50%	\$9,847.50
Jarras grandes de aluminio	\$100	5	20%	\$20
TOTAL	\$33,926			\$13,603

